

Andalucía
Página 16

Aragón
Página 18

Canarias
Página 20

Castilla y León
Página 14

Cataluña
Página 8

Com. Valenciana
Página 12

Galicia
Página 19

Madrid
Página 22

País Vasco
Página 10

Una nueva 'bola' de morosidad de 5.500 millones ahoga a las pymes

Las empresas desconfían de que la Administración pague ahora en 30 días

SEVILLA. Ha llegado el *día D* en España para que quien trabaje con la Administración Pública cobre por ley en 30 días. Pero ni las pymes y autónomos ni varias administraciones de peso como los ayunta-

mientos de Madrid o Valencia confían en que se puedan cumplir estos plazos. Está por ver el efecto de las advertencias del ministro Cristóbal Montoro sobre retención de los ingresos del Estado pa-

ra las administraciones morosas para que sea Hacienda quien pague directamente a proveedores. De igual forma, entra en vigor la transposición de una directiva comunitaria que incluye el pago de

intereses de demora. Para abrir boca, 2012 ha acabado con más de 5.500 millones de euros de facturas impagas por las administraciones que están asfixiando a muchos autónomos y pymes. **PAG. 6**

La banca retiene el control de las líneas ICO para financiar pymes

22.700 millones para empresas y autónomos

MADRID. El ICO ha puesto en marcha las nuevas líneas de financiación para 2013 por valor de 22.700 millones. De estos, 18.000 millones se destinarán a pymes y emprendedores. **PAG. 4**

León Farma amplía su planta con 12 millones de inversión

La farmacéutica prevé facturar 72 millones

VALLADOLID. La compañía farmacéutica León Farma, perteneciente al gigante químico Grupo Chemo, invertirá 12 millones para iniciar la fabricación de anillos vaginales. **PAG. 14**

Suescun hundió Dermoestética y ahora la compra a precio de saldo

La opa le costará solo 2,7 millones, tras ganar 125

VALENCIA. El presidente de Corporación Dermoestética aprobó una ampliación de capital que no ha realizado y que hundió el valor hasta el precio que ofrece en la opa de exclusión. **PAG. 13**



LUIS MORENO

Los cruceros sostienen la 'burbuja' hotelera en Barcelona

Los grupos hoteleros no dejan de construir nuevos hoteles en Barcelona. El tráfico de cruceros en el Puerto de la ciudad es garantía de visitantes para estos nuevos establecimientos. Sin embargo, durante 2012 el número de cruceristas descendió un 10 por ciento, hasta 2,4 millones de personas. Aunque para 2014 se espera un nuevo incremento de cruceristas, algunas voces alertan sobre la *burbuja* hotelera. **PAG. 8**

Geriatros logra aumentar su facturación un 40%

Se sitúa como la séptima empresa del sector

SANTIAGO DE COMPOSTELA. Geriatros es la séptima empresa española especializada en la atención a los mayores por facturación, con 56 millones de euros. **PAG. 19**

Norgestión intermediará más fusiones internacionales

En 2012 participó en 10 operaciones corporativas

BILBAO. La firma de intermediación de operaciones corporativas Norgestión potenciará su actividad fuera de España durante el año 2013. **PAG. 11**

Málaga se reivindica en crisis como capital económica andaluza

La nota negativa, la mala evolución del paro

MÁLAGA. La pujanza del turismo, del creciente sector tecnológico, las nuevas infraestructuras de transporte y la potencia del tejido agroindustrial llevan a la

ciudad y su provincia a reivindicar su papel como primer pulmón económico de Andalucía. El 33 por ciento de paro es su principal lastre. **PAG. 16**

Protocolo inicia su crecimiento exterior con una tienda en México

Abrirá más locales en el continente americano

ZARAGOZA. La empresa zaragozana Protocolo ha elegido México para iniciar su proceso de internacionalización y busca acuerdos en América. **PAG. 18**

Opinión

LA EMPRESA: UNA COMUNIDAD CON UN COMPROMISO COLECTIVO Y SOLIDARIO



Sabin Azua

Socio Director de B+I Strategy.

Me gustaría relatar una historia real que para mi encierra la esencia de lo que significa la cultura que debería imperar en la vida de las empresas. A una enorme cantidad de directivos y miembros de las organizaciones se nos suele llenar la boca al hablar de conceptos ampliamente repetidos como proyecto compartido, responsabilidad social corporativa, solidaridad, cooperación, participación, bien común, etc., pero en muchas ocasiones nos cuesta trasladarlo a ejemplos sencillos que den sentido real a nuestro discurso.

Me envió un gran amigo de la infancia (por cierto, en la actualidad es un monje de la religión Zen) la historia de un antropólogo que propuso un juego a los niños de una tribu africana. Puso una canasta llena de frutas cerca de un árbol y les dijo que aquel que llegara primero ganaría todas las frutas. Cuando dio la señal para que corrieran, contempló atónito que todos los niños se tomaron de las manos y corrieron juntos, después se sentaron a disfrutar del premio en medio de grandes risas y canciones.

Intrigado por el comportamiento de los niños, desde los parámetros clásicos de la civilización occidental, les preguntó por qué habían corrido así dado que cada uno de ellos (de forma individual) podía ganar todas las

frutas. Los niños le respondieron de forma unánime: Ubuntu, ¿cómo uno de nosotros podría estar feliz si todos los demás están tristes? Ubuntu, en la cultura Xhosa significa: "Yo soy porque nosotros somos."

Creo que cada uno de nosotros debería preguntarse si, desde nuestra posición y comportamiento personal, nos acercamos con un espíritu similar a la empresa en la que trabajamos. Mi impresión es que la mayoría de nosotros correríamos (en la medida de nuestras posibilidades) emulando al siempre admirado Usain Bolt para llegar antes a la canasta de frutas, propulsados por nuestro beneficio personal, sin reparar en el perjuicio que podemos ocasionar a los demás. Anteponemos nuestro propio bienestar al colectivo, en medio de una mal entendida competitividad.

Hoy más que nunca, en medio de una sociedad que clama por una mayor implicación social de las organizaciones para hacer frente a la crisis, es necesario generar espacios de cooperación y justicia social en nuestro entorno. Deberíamos preguntarnos constantemente si es posible que generemos una filosofía y una praxis de naturaleza Ubuntu en nuestra organización. Anímemonos a explorar con esta visión nuestro proyecto empresarial. Este enfoque ayudaría a crear una *Comunidad de Perso-*

nas entre todos los miembros de la organización que antepusiera el bienestar colectivo al personal, adaptando nuestros mecanismos de gestión al mismo.

No deberíamos ir tan lejos para encontrar experiencias que nos ayuden a plasmar esta filosofía en nuestros proyectos empresariales. En Euskadi, durante generaciones, el *Auzolan* se ha practicado como expresión de esa solidaridad colectiva, con los vecinos de muchos pueblos trabajando juntos en pro de la comunidad sin ningún tipo de retribución (para arreglar un camino, para reparar el tejado de la iglesia, etc.).

Contamos con una amplia experiencia de implantación de proyectos empresariales centrados en la participación, la solidaridad intergeneracional, el compromiso con el entorno, etc. Euskadi

cuenta con un movimiento cooperativo sin parangón internacional, proliferan las empresas de economía social, existe una fuerte vinculación de las empresas con el desarrollo humano sostenible, etc.

Como decía el poeta Mario Benedetti "tengo una soledad tan concurrida...", vivo ejemplo de lo que da sentido a nuestra vida, la esencia social de la persona. Intentemos adaptar nuestras organizaciones a la filosofía implícita en Ubuntu, nuestra propia condición humana así lo exige.

Hoy, frente a la crisis, es necesario generar espacios de cooperación y justicia social

INVERTIR EN INTERNET O LA APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE LOS CHAMPIÑONES



Guillermo Vilarroig

Co-fundador de Overalia

Si no estás en Internet, no eres nadie. Es una premisa que circula por todos los departamentos de marketing, una frase manida y un argumento en el que muchos se han basado para saltar al ruedo de la red sin más capote que un puñado de nociones genéricas de *marketing online*. Un salto al vacío en toda regla y una equivocación.

No se trata de adentrarse en Internet como un elefante en una cacharrería. Mi consejo es destinar el presupuesto -sea el que sea- en tres fases bien definidas. La primera, la de *análisis y definición*, donde se recoge información valiosísima sobre el entorno, el mercado *online*, los competidores y don-

de encontrar la oportunidad de negocio. Internet ofrece muchísima información sobre la competencia y los distintos agentes que actúan en el mercado, hay que saber escuchar, analizar y aprovechar ese valor.

En la segunda fase se diseña la *presencia online* en base a los resultados obtenidos de esa *escucha*. Cuando definimos cómo será la presencia de una compañía en Internet no tenemos por qué limitarnos a una única web. En lugar de tener una sola página corporativa, pasamos a lo que llamamos *La teoría de los champiñones*. Es decir, además de la página web principal, se crean diferentes *sites* -champiñones-, por productos o por líneas de negocio, una sala de prensa donde contar quién eres y qué haces, un *blog*, redes sociales, un espacio para vídeos, etcétera. Todo ello para crear contenidos diversos que ayuden a posicionarnos en la red y den respuesta a los objetivos marcados.

El último tercio del presupuesto debe estar orientado al *estudio de los resultados*. Hay que destinar recursos de la forma más audaz posible para saber si todo lo realizado funciona o no y por qué. Y, por supuesto, tener cintura para rectificar y para reaccionar si un competidor mueve ficha para competir contigo. Sin lugar a dudas, en el medio *online* triunfará el que sea más ágil, rápido y flexible para adaptarse a los cambios del mercado en la red, pero para hacerlo debe saber hacia dónde redirigir sus esfuerzos.

En definitiva, digitalizar una empresa y empezar a escalar es una carrera de fondo que necesita unos dos años. Lanzar un proyecto de *marketing online* y mantenerlo es un auténtico maratón en el que merece la pena invertir; eso sí, estando bien informados, convencidos y contando con un proyecto cien por cien personalizado. Sólo así conseguiremos rentabilizar la inversión.

Reyes Acosta

Especialista en aeronáutica

ALESTIS: IMPACTO DE LA MALA GESTIÓN EN LA COMPETITIVIDAD

Si todo sale bien, habrán salvado a Alestis por la campana. Pero, abundando en el símil pugilístico, Alestis sale muy *grogui* de este asalto. La empresa ha aireado sus trapos sucios en público y el público ha podido ver muchos *flashes* de cómo se hacen los negocios hoy en día. Auditorías de donde se deduce que este empresario, que algunos generales de la Junta tildaban de ejemplar, ni siquiera ayudado por toda una corte de directivos vascos ha sabido gestionar una empresa aeronáutica ni mediocrementemente.

¿Cuántos empresarios tendremos así en España? ¿Cuál será el impacto de la mala gestión en el PIB, en la competitividad de la economía nacional? ¿Por qué no dejamos de analizar banalmente la mano de obra, la reforma laboral, los salarios mínimos, etc. y analizamos de una vez la mala gestión que hace que nuestras empresas no sean competitivas? ¿Cómo se explica que las empresas francesas ganen contratos frente a las españolas, aún costándoles a ellos más su mano de obra?

No me estoy refiriendo a la mala gestión por error, me estoy refiriendo al mal oficio: desde asignarle gastos particulares del empresario a la empresa, hasta constituir otra empresa para facturarle servicios a la primera a precios inflados, esquilmando la competitividad de empresas que iban bien. ¿Son excepciones estos comportamientos, o son la regla? ¿Es que no tienen ningún efecto en la competitividad y en la generación de empleo? ¿Es que también son culpa de los trabajadores?

Después de haber salido *grogui*, la empresa tiene un gran desafío: consolidar su situación financiera. Para cumplir su propio plan financiero, que lógicamente está hecho con la bondad propia de un estudio de una empresa en situación concursal, se necesitan recursos en 5 años del orden de 130 millones de euros. Algo más si el A350 se retrasa, pero si no se retrasase sería el primer avión de la historia.

Puesto que confiamos en Airbus, no es descabellado pensar que se superará la consolidación financiera, ni tampoco que esta desempolvó su plan original de unir Alestis con el Centro Bahía de Cádiz (CBC) de Airbus, para hacer más atractiva su transferencia a un grupo inversor. De hecho, el primer revés que tuvo que encajar el CBC fue que le dieran el cono de cola del A350 a Alestis, pues era una pieza cuya tecnología encajaba perfectamente en sus instalaciones.



EDITORIAL ECOPRENTA SA
Dep. Legak: 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 y José Luis Fraile.
DISEÑO: Pedro Vicente. BOLSA & INVERSIÓN: Pedro Calvo. NORMAS Y TRIBUTOS: Xavier Gil Pecharrromán. OPINIÓN: María Antonia G^o Quesada.
ECONOMÍA: Isabel Acosta. CORRESPONSALES ECONÓMICOS: Javier Romera y José María Triper. FOTOGRAFÍA: Pepo García. ELECONOMISTA.ES: Rubén Santamaría.
ECOTRADER: Cristina Triana. DELEGACIONES: ESTADOS UNIDOS: José Luis de Haro. CATALUÑA: Jordi Sacristán, jefe de redacción. ANDALUCÍA: Carlos Pizá.
PAÍS VASCO: Carmen Larraoetxea. COMUNIDAD VALENCIANA: Javier Alfonso. CASTILLA Y LEÓN: Rafael Daniel.

PARA CONTACTAR

C/ Condesa de Venadito, 1.28027. Madrid.
Telf: 91 3246700
www.eleconomista/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

CASI 500 INDULTOS, LA MAYORÍA FUNCIONARIOS



**Juan Carlos
Giménez Salinas**

Abogado

El indulto es una prerrogativa que ostenta el Rey por la que perdona la pena a un condenado por la justicia. Puede perdonar la totalidad de la pena o una parte de la misma.

Esta prerrogativa real viene amparada por una ley promulgada en junio de 1870. En la actualidad el Rey la ostenta, pero como quiera que tenemos una monarquía constitucional, es el Gobierno quien realmente lo concede y el monarca se limita a darse por enterado.

En estos últimos años democráticos todos los gobiernos han concedido indultos, el que menos el Gobierno de Suárez y el que más, el gobierno de Aznar, pero todos ellos en cantidades alarmantes.

Durante el año que finaliza se han concedido 486 indultos y la mayoría de ellos a funcionarios públicos condenados por la justicia por sentencias firmes, es decir no recurribles a instancias superiores.

Todos somos conocedores de situaciones concretas, condenas a personas que por cualquier circunstancia, es especial el largo tiempo transcurrido entre la comisión del delito y el cumplimiento de la pena, devienen injustas. El caso más sintomático es el pequeño traficante que en su juventud delinquiró y entonces se condenaba su delito a penas elevadas y con el transcurso de los años, creó una familia y se integró totalmente en la sociedad y al cabo de diez o doce años de la comisión de aquel delito debe cumplir una pena de varios años. En este



GETTY

te caso es comprensible el indulto.

Pero la mayoría de ellos recaen sobre funcionarios públicos, confesos y condenados por todos los juzgados y tribunales que han

visto su causa y a pesar de ello, burlando la ley y vulnerando cualquier norma, el Gobierno de turno ejerciendo el corporativismo arbitrario al que nos tiene acostumbra-

dos la clase política, indulta a personas que merecían cumplir la pena como cualquier otro condenado.

Uno de los escándalos más sonados derivados de un indulto lo han provocado cuatro Mossos d'Esquadra condenados en todas las instancias por detención ilegal y malos tratos. A pesar de negarles el indulto el Tribunal Superior de Cataluña, el Gobierno los indulta por presiones de la Generalitat. Ello ha provocado una carta firmada por 200 magistrados indignados porque el Gobierno se ríe de la Justicia, de los Tribunales y de los jueces. También se ha indultado a un alcalde y varios concejales del PP condenados por prevaricar y a dos altos car-

Sería conveniente acotar y limitar el derecho de gracia que ejerce el Ejecutivo

gos de Unió condenados por corrupción, así como a un alto ejecutivo del Banco de Santander ya que de otro modo se le inhabilitaba para ejercer su alto cargo.

A la vista de la discrecionalidad con la que actúa nuestro ejecutivo en el momento de conceder cualquier indulto, sería conveniente acotar su derecho y limitarlo debidamente con el fin de que debiera cumplir diversos filtros y requisitos antes de indultar o conceder el derecho de gracia, como también se le denomina. Este es un nuevo ejemplo que pone en evidencia que nuestra democracia todavía se halla en una etapa inicial.

VARIACIONES SOBRE EL MOMENTO PRESENTE



**Jan
Mayoral**

Auditor

Es difícil no tratar de temas políticos a pesar de la delicada situación económica que estamos viviendo. Cuando vemos a nuestra eficaz policía actuando como Mortadelo y Filemón, y cuando vemos a su representante sindical en la televisión como un remedo de Torrente hablando tan serio con documentos apócrifos en sus manos flaquean los ánimos. Y más cuando se observa al presidente del Gobierno actuando casi como un Aussländer Gauleiter o sea como administrador de un protectorado tudesco es decir, como un aventajado Ángel Siseñor. Todas estas circunstancias duelen y da la sensación que tenemos una salida muy complicada de la situación. En fin, vamos a tratar temas de hoy.

Por lo que respecta al desempleo los responsables gubernamentales se llenan la boca de lo generosos que son con los parados. Mucha gente ignora que, de todas las nóminas pagadas en el Estado, más del 7 por ciento se recauda para pagar el desempleo. A muchos nos gustaría que alguien de los que mandan diese las gracias a los empresarios, autónomos y *curritos* que pagan que, al menos se les agradezca el esfuerzo. Porque me sería casi imposible creer que estas recaudaciones no son finalistas y que el dinero pasa a Hacienda para hacer otras cositas, como en la triste época de gobiernos anteriores.

El Gobierno no para de recortar los fondos destinados a la formación profesional

¿Y qué decir de la formación profesional? También todas las nóminas pagan el uno por ciento para tan loable fin. Esto es mucho dinero al cabo del año y quienes dirigen el país no paran de recortar los fondos para estas actividades.

Otro tema fascinante es el de las pensio-

nes. El gobierno anterior las congeló, cierto, pero el primer aumento actual de las nóminas quedó afectado por el incremento del IRPF y las mejoras quedaron en nada. Ahora se han descolgado con que no cumplirán la obligación de ingresar aquello que corresponde al incremento del coste de la vida de este año. ¡Qué bien! Lo más sangrante de todo esto es que todo un Comisario de la Unión Europea haya aplaudido con las orejas tal dislate.

Este preboste contesta al nombre de Oli Rehn y es de nacionalidad finlandesa, es Comisario de Economía y Moneda de la Unión Europea. Debe ser su formación luterana lo que le hace tan proclive al castigo. Aplaude que se hayan perjudicado a más de ocho millones de ibéricos, cercenando el consumo de los hogares en fechas tan señaladas.

Estos días también ha aparecido su *Judgement on Spain deficit*, un documento que todo el mundo debería leer porque no tie-

ne desperdicio. Ahora bien, en este documento curiosamente se habla del Estado, pero en ningún momento se refiere a las Comunidades Autónomas ni a las Entidades locales. La pregunta sería: ¿por qué el Gobierno nos bombardea con el déficit de las autonomías y Entidades Locales? Si en los estudios europeos solamente se habla del Estado. ¿Es que autonomías y municipios son entes mostrencos y no son Estado? Al final del estudio aparece la posibilidad de la desaparición de la moneda única y su preocupación sobre cómo sobreviviríamos.

Estos argumentos son los que debería contestar el lúgubre ministro de Hacienda olvidando su sarcástica sonrisa más propia de un relator del Santo Oficio que de un ministro en ejercicio en sus funciones. Sus continuas referencias a los hombres de negro con su amenazante arsenal de desdichas para los ciudadanos no contribuyen en nada a un retrato conveniente del mismo.

Alguien debería dar las gracias a empresarios, autónomos y 'curritos' que cotizan

Actualidad

22.000 millones para autónomos y pymes que siguen en manos de bancos y cajas

Las Líneas ICO 2013 seguirán dependiendo de la 'batuta selectiva' de las entidades financieras

Beatriz Triper MADRID.

En su afán de promover y dar cobertura a la necesidad de financiación para autónomos y pymes el Ministerio de Economía y Competitividad puso en marcha el pasado día 2 de enero las Líneas ICO 2013 con los objetivos de unificar y simplificar los productos ya existentes, así como fomentar los proyectos de internacionalización de la empresa española. Las líneas disponen de una dotación total de 22.700 millones de euros, de los cuales 18.000 de ellos se destinarán a empresas y emprendedores y 4.000 a proyectos de internacionalización. Desde el ICO (Instituto de Crédito Oficial) afirman que "la líneas apuestan por la mejora de la financiación de las necesidades de liquidez de las empresas y por el fomento de la internacionalización de la empresa española, así como dar cobertura a las distintas necesidades de financiación de empresas y autónomos".

No obstante, estas líneas, con afán de convertirse en soporte para la recuperación económica de autónomos, microempresas y pymes serán de poca utilidad *a la causa*, ya que la capacidad de toma de decisiones para la aprobación de estos préstamos de capital público continuará en manos de las entidades de crédito. Esta opinión es compartida por las principales asociaciones de autónomos de nuestro país. Desde UPTA (Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos) consideran que "la intervención de bancos y cajas en la concesión de los préstamos harán que estas líneas no sean todo lo efectivas que se pretenden".

elEconomista ha consultado con varias entidades financieras, entre las que se encuentran dos de las más importantes de nuestro país, quienes por el momento coinciden en no haber establecido los criterios que deberán cumplir los solicitantes de cara a la aprobación de su préstamo y desvían la atención hacia los acuerdos firmados con el Banco Europeo de Inversiones (BEI) para la financiación de pymes, hecho que resulta poco menos que curioso si tenemos en cuenta que las líneas entraron en vigor el pasado martes.

Aún así, bien es cierto que las líneas flexibilizan y mejoran las condiciones de financiación con respecto a las estipuladas para el 2012, especialmente en lo relativo a los plazos de amortización que se amplían hasta tres años para las Líneas ICO liquidez cien por cien y



THINKSTOCK

Innovación y digitalización: claves del desarrollo de pymes

El pasado mes de diciembre, Fundetec y Cepyme (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa), firmaron un convenio de colaboración para el impulso de digitalización de las pymes españolas que mejoraría su competitividad. Jesús Terciado, presidente de Cepyme, afirma que "el acuerdo posibilitará el fomento y desarrollo de la Sociedad de la Información entre las pymes en el ámbito estatal". Asimismo, Alfonso Arbaiza, director general de Fundetec, explica que "esta colaboración era

una unión natural ya que ambas entidades comparten un mismo objetivo: la modernización de las pymes españolas a partir del uso de las Tecnologías de la Información y comunicación como herramienta para optimizar sus procesos y ser más reales y competitivos". Además la firma de este Convenio permitirá a Cepyme integrarse en el Foro ePyme que promueve las oportunidades y beneficios de la utilización de las TIC entre las pymes "a partir de una estrategia concreta de análisis, difusión y apoyo".

hasta 20 en el caso de que los proyectos que se destinen a inversión o rehabilitación de vivienda o aquellos que combinen partidas destinadas a liquidez e inversión. Otra de las limitaciones que se establecen en las líneas es la relativa al cobro de comisiones de apertura, estudio o disponibilidad que no podrá ser aplicada por las entidades financieras bajo ninguna circunstancia o concepto alguno.

Internacionalizar

Una de las claves estratégicas en el ámbito de la recuperación económica es la internacionalización de la empresa española, algo que también se ha valorado desde el Instituto de Crédito Oficial de cara a las dotaciones destinadas a proyectos de internacionalización y exporta-

ción. La Línea ICO internacional 2013 cuenta con una dotación de 4.000 millones de euros destinados a financiar proyectos de liquidez e inversión en mercados internacionales. Esta línea se complementa con ICO Exportadores 2013, que permite el anticipo de facturas que procedan de la actividad exportadora del cliente con vencimientos no superiores a 180 días desde la fecha de anticipo del importe de la factura por la entidad de crédito. Ahora bien, al igual que en el resto de productos, la concesión de las mismas también dependerá de bancos y cajas, quienes orquestarán "cómo y a quién".

No sólo ICO ha previsto líneas específicas para la financiación de proyectos en el exterior. Entidades de capital público-privado como Cofides (Compañía Española de Financiación al Desarrollo) ha puesto en marcha un Plan Específico de Atención a la pyme, mediante el que ofrece al pequeño y mediano empresario un servicio de atención integral en su proceso de internacionalización y ayuda a mejorar su competitividad en el exterior. En esta línea Cofides ha puesto en marcha recientemente la línea *Fining*, destinada a la financiación de inversiones del sector de la ingeniería, que al igual que en la mayoría de los proyectos participados por

Las entidades financieras van con retraso y aún no han fijado criterios de riesgo para los ICO

la compañía, se estructurará mediante participaciones en el capital de la empresa o préstamos coparticipados. ICEX España Exportación también ha puesto su granito de arena mediante herramientas como Pasaporte al Exterior, que integra 60 instrumentos de gestión para trazar un plan estratégico de internacionalización; *Icex Next*, que combina asesoramiento y financiación para fomentar y consolidar la presencia de la pyme en los mercados internacionales o el programa mixto *Pyme Invierte* en coordinación con Cofides, mediante el que el Instituto Español de Comercio Exterior (Icex) se encarga del asesoramiento y estudio de proyectos y Cofides analiza, evalúa y cofinancia todos aquellos que resulten viables.

Excelencia Empresarial G.H.

Remitido

Jordi Busquet Director General de Previsora General

“El mutualismo está más vigente que nunca”

Resultado de la fusión en 2004 de Mutua Penedès y Previsora General, la nueva Previsora General se perfila como una entidad especializada en coberturas personales que ofrece soluciones aseguradoras a empresas, autónomos y familias. Hablamos con su director general, Jordi Busquet, recientemente nombrado Presidente de la Federació de Mutualitats de Catalunya.

Desde su flamante cargo como Presidente de la Federació de Mutualitats ¿Qué valoración hace del mutualismo en Catalunya?

Las mutualidades son un grupo de entidades nacidas muchos años atrás en el caso de Previsora General hace 85 años, en un momento de necesidad, con el fin de cubrir unas prestaciones que nadie más podía cubrir. En este sentido, la situación actual, muy marcada por la crisis y los recortes, es en muchos aspectos parecida a la que dio origen al mutualismo. Y es que cuando no hay recursos públicos para coberturas es cuando las mutualidades cobran máximo sentido, garantizando a sus mutualistas el acceso a los servicios necesarios. Este es el reto al

que me enfrento como Presidente de la Federació de Mutualitats: volver a poner a las mutualidades en órbita, en coherencia con el tiempo que nos está tocando vivir, para que el público vuelva a vernos como lo que somos y comprenda la esencia del mutualismo.

¿Y cómo debe entenderse el mutualismo? Hay cierta confusión entre el concepto de mutualidad y el de aseguradoras S.A.

La diferencia fundamental es que las mutualidades son entidades sin ánimo de lucro, lo que significa que revertimos los beneficios en nuestros mutualistas. En base a ello, por ejemplo, lo que generamos en épocas de bonanza nos sirve ahora para poder seguir ofreciendo las mismas prestaciones sin necesidad de subidas excesivas en las cuotas. Si se me permite la comparación, las mutuas somos hormigas no cigarras... Lo que en general muchas personas consideran una mutua, por ejemplo en el caso de las mutuas de seguros sanitarios, son en realidad Sociedades Anónimas y, por tanto, empresas orientadas a generar beneficios. Para nosotros, el servicio al mutualista es la prioridad.

El mutualista es nuestra prioridad mientras que las sociedades aseguradoras priorizan los beneficios

Creo que el mutualismo está más vigente que nunca y desde Previsora General voy a seguir trabajando para reforzarlo, más aún si cabe ahora, también desde mi cargo de Presidente de la Federació de Mutualitats de Catalunya.

Y en este marco ¿Cómo trabaja Previsora General? ¿En qué área de especialización?

Como mutualidad, trabajamos con un gran hecho diferencial con respecto al sector asegurador: no solo cubrimos prestaciones aseguradoras (pólizas de seguros) sino también podemos cubrir otras prestaciones como, por ejemplo, prestaciones de asistencia sanitaria o de otra índole a favor de nuestros mutualistas, prestaciones que otras entidades de seguros no



pueden proporcionar directamente como tales.

Estamos especializados tanto en seguros y servicios a empresas como a particulares (seguros de vida, seguros de salud...). En el ámbito de la empresa, destacar que Previsora General se posiciona como uno de los principales referentes en seguros de convenio colectivo, con coberturas a más de 30.000 empresas en España, obteniendo una cuota de mercado relevante para ciertas actividades.

En cuanto a particulares, aparte

de lo ya mencionado, destacar que ofrecemos máximas deducciones fiscales a profesionales autónomos con nuestros seguros de vida. Además, tanto su cónyuge como familiares en primer grado pueden beneficiarse del mismo tratamiento fiscal. En todos estos casos, la prima que abonamos para cubrir las prestaciones por muerte, incapacidad o grave enfermedad tienen el mismo trato fiscal que los planes de pensiones y, adicionalmente, tienen garantizada su liquidez.

Luciano Migueles Director General de Contamoney

“Somos una herramienta ideal para autónomos que no entienden de finanzas”

En Contamoney no quieren que un particular, autónomo o pyme pierda tiempo; por ello ofrecen una interfaz muy sencilla, rápida e intuitiva, donde agrupar cuentas, hacer previsiones de gastos o ingresos, usar iconos o incorporar imágenes... En Contamoney, tu economía son tres clicks.

¿Qué es Contamoney? ¿Cómo ha evolucionado?

Somos un portal web de contabilidad y facturación on line que nació con un enfoque global en 2009, y hoy somos una herramienta válida tanto a nivel personal, familiar, como para autónomos y, desde este mismo año, para pymes.

¿Qué se puede hacer exactamente en Contamoney?

Aquí se puede llevar el control de gastos e ingresos de forma fácil y sencilla: podemos calcular la previsión de gastos, ahorro, ver la evolución histórica y futura de gastos e ingresos, de cara a saber cómo estarán mis cuentas en un momento dado.

Pero sobre todo, se pueden emitir una factura en muy poco tiempo y tener controladas la facturación de cobros y pagos.

Tengo entendido que abarcan la contabilidad de varios países, ¿no?

Ofrecemos servicios multimonedados en euros, pesos y dólares, al contar con mucha presencia en Latinoamérica, ante todo en Argentina, Colombia y México.

¿Cómo funciona Contamoney?

Es muy fácil: se accede a la web, se abre una cuenta gratuita y anónima, específicas el uso a dar (personal, como autónomo...), luego indicas tu país y creas una cuenta en 2 minutos, donde el sistema de cálculos funciona por módulos y a demanda.

¿Cuál es su nivel de seguridad?

Tenemos el mismo protocolo que la banca electrónica, y aquí no pedimos

**Ventajas de Contamoney**

- Es un complemento al asesor financiero, herramienta para gente no entendida en finanzas.
- Simple, fácil de usar. Sistema Modular, sencillo y escalable.
- Accesible. Existe un blog y comunidad de usuarios para dudas, preguntas, consejos de ahorro...
- Cuentas, gastos, facturas, clientes...
- Multisoprote: a través de ordenador, tablet, iPhone, android.



ni números de cuenta, ni de tarjetas de crédito, sino que uno se incorpora con alias o de forma anónima; asimismo, contamos con el Sello de Confianza Online desde hace dos años, cumplimos con todos los protocolos de seguridad y mantenemos un compromiso de confidencialidad estricto. Sus objetivos son...

Orientarnos a comunidades de vecinos y a comercios (TPV online, llevar el control de stocks, campañas...),

ampliar el portafolio de servicios y a largo plazo, una mayor integración en Latinoamérica, así como hacer un portal multi-idioma para llegar a otros países.

El tema de la semana

LAS PYMES NO SE CREEN

LA LEY ANTIMOROSOS

La nueva bola de impagos de autonomías, ayuntamientos y diputaciones de más de 5.500 millones asfixia a las empresas

elEconomista SEVILLA.

El año 2013 es, sobre el papel, el inicio del fin de la travesía del desierto que centenares de miles de pymes y autónomos llevan atravesando años y años para normalizar los plazos de pago de sus servicios a las Administraciones Públicas. Amén de llegar a cobrarlos, claro. La coincidencia de la entrada en vigor de dos normas legales, la última etapa de ley española de morosidad y la transposición en marzo de una directiva europea sobre el mismo aspecto, deberían de lograr que todas las administraciones estuvieran pagando regularmente en 30 días a sus suministradores, con algunas excepciones para trabajos ligados a la construcción.

Pero las pymes y los autónomos consultados por *elEconomista* en las principales autonomías no se creen estas perspectivas. Más aún a tenor de los más de 13.700 millones de nuevas facturas impagadas que se acumulan sólo en los cajones de los gobiernos autonómicos –según datos del Ministerio de Hacienda a octubre pasado, que incluyen alguna cantidad para deuda financiera y nóminas-. ATA, por su parte, cifra la deuda de comunidades, ayuntamientos y diputaciones con pymes y autónomos en 5.500 millones entre enero y noviembre de 2012. Y ello tras la ejecución de los planes de pago para autonomías y ayuntamientos que saldaron 27.303 millones de 2011 y años anteriores. Esa cifra de nueva morosidad se refiere a productos y servicios contratados sólo en 2012.

El propio ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, que impulsó esos planes de pago, advirtió la semana pasada a las administraciones morosas de que les detraerá recursos procedentes de su participación en los ingresos del Estado para pagar a proveedores. Estos podrán acudir directamente a Hacienda para reclamar el pago según un

procedimiento aún por definir. A ello se suman los intereses de demora de ocho puntos sobre el tipo medio del Banco Central Europeo que prevé la citada directiva de la Comisión Europea para retrasos superiores a los 30 días. Pero los pequeños empresarios no se fían.

En Aragón, por ejemplo, no se paga en los plazos previstos, “pero no hay tantos problemas y retrasos”, según explica Rafael Zapatero, secretario general de Cepyme en la región. “No creo en los milagros y no creo que las administraciones puedan pagar a 30 días ni en 2013 ni en 2014” añade Rafael Zapatero, ya que prevé que “continúen las ten-

El ayuntamiento de Madrid cumplirá con el pago a 30 días fijado para este año... ¡en 2014!

siones de liquidez” y no se flexibilizará el acceso al crédito para el sector público local.

En general, los mayores retrasos en el pago a proveedores se están produciendo en las grandes contrataciones como el transporte público, recogida de basura y residuos... En el Ayuntamiento de Zaragoza, en relación a las operaciones pendientes de pago de acuerdo con los últimos datos facilitados en octubre, el Registro Unificado de Facturas tiene registradas fuera del período legal más de 64 millones. No obstante, esta cifra puede variar hasta el cierre del último trimestre del año. El consistorio zaragozano está pagando con una media de 74 días porque, según explican fuentes del ayuntamiento, el principal problema es que “se nos debe dinero desde el resto de administraciones central, autonómica y provincial”. Con todo, este tiempo se ha redu-

cido, ya que en 2011 eran 192 días.

Y, a falta de los datos definitivos del cierre de 2012, el Gobierno de Aragón ha finalizado la regularización de las deudas pendientes del anterior ejecutivo autonómico, que ascendían a 465 millones de euros y que no tenían consignación presupuestaria. Además también se han dado los últimos pasos para lanzar el plan de pago a proveedores para abonar otros 429 millones.

Por su parte, Rafael Granados, presidente de la Federación de Autónomos de Galicia, reitera que existe falta de liquidez, no hay circulante y la deuda sigue creciendo, por lo que augura nuevas dificultades. Además, considera “altamente improbable” que las administraciones puedan cumplir los nuevos tiempos de pago que para el año 2013 estarán fijados en 30 días.

Incumplidores anunciados

Más claramente aún lo expresa el ayuntamiento de Madrid, que se acogió al plan de pago a proveedores y reconoce sin pudor que incumplirá el plazo legal fijado para este año. “La participación en ese plan de pago llevaba aparejada la elaboración de un Plan de Ajuste, en el que se establecen las condiciones necesarias para reducir progresivamente, y en un periodo de dos años, tanto los plazos de pago, que han pasado de 11 meses a seis meses, como la deuda, que a cierre de 2012 ya se ha reducido a más de la mitad. Los presupuestos aprobados para 2013 profundizan en este proceso de reducción de la deuda, de forma que en enero de 2014 se pueda pagar en 30 días”.

El gobierno de la Comunidad de Madrid no ha respondido a las cuestiones planteadas por *elEconomista* en relación a los volúmenes de deuda pendientes con proveedores y si va a poder cumplir con los plazos de pago que establece la ley. Sin embargo, según Elena Melgar, presidenta de ATA Madrid, en la co-



La nueva morosidad tras el plan de proveedores

CCAA	MILLONES €	PLAZO MEDIO DE PAGO
Andalucía	789	166
Aragón	193	145
Asturias	153	163
Baleares	158	137
Canarias	188	151
Cantabria	75	139
C. y León	319	126
C. la Mancha	368	164
Cataluña	922	167
C. Valenciana	772	167
Extremadura	203	132
Galicia	188	69
Madrid	558	91
Murcia	288	164
Navarra	48	51
País Vasco	236	49
La Rioja	35	55
Ceuta	0,1	75
Melilla	0,1	81
Total España	5.510	163

Fuente: ATA

elEconomista

El tema de la semana



Cierre de comercios (este en Madrid) consecuencia de la morosidad. ANA S. FIGAL

munidad se deben 558 millones a los autónomos a diciembre de 2012. La situación ha vuelto al mismo punto que antes del plan de pago.

Esto es, a su juicio, sobre todo ilegal, ya que “no están cumpliendo la

ley de morosidad”. “Entiendo que no deben tener mucho dinero y que pagar a los autónomos igual no entre en sus prioridades, pero es que la ley les obliga a pagar en 30 días”. La solución pasa, según Melgar, por

que empiecen el año con buen pie y salden la deuda de 2012 y no dejen que se acumule. “Si es sangrante que no te paguen las empresas privadas, lo es más el que no te paguen las públicas. Si no tienen di-

nero, que no encarguen”. Tampoco ha respondido la Junta de Andalucía, que pidió 2.700 millones para pagar a proveedores y que, según el PP andaluz, adeuda 630 millones a este colectivo a 30 de noviembre, más otros 1.704 millones en obligaciones reconocidas pendientes de pago relacionadas con inversiones.

En el caso del ayuntamiento de Valencia, fuentes de la concejalía de Hacienda reconocieron, en línea con lo manifestado desde Madrid, que “si no se puede cumplir el plazo de 30 días, se cargarán los intereses de demora, como hasta ahora, pero por mucho que aprieten, si no hay dinero no se va a pagar antes”. Este consistorio tenía una deuda con proveedores de 58,8 millones a 30 de noviembre de 2012, según datos del concejal socialista Pedro Miguel Sánchez. Una cifra abultada después de que gracias al plan de pago a proveedores enjuagara deudas por 183 millones.

Desde el ayuntamiento de Sevilla, que se acogió al plan de pago a proveedores con una cantidad de 60 millones, se asegura: “Con los medios de que disponemos hoy en día, estamos tratando en la medida de lo posible de ajustarnos a ese plazo de 30 días y viendo dónde se producen los mayores retrasos en la tramitación de las facturas para implementar los medios necesarios allí donde la tramitación consume más plazo. El objetivo es acortar allí donde se producen los retrasos para cumplir con el citado plazo”.

No obstante, hay ya varios ayuntamientos importantes que cumplen la ley y lo seguirán haciendo, como Bilbao, Málaga o Valladolid.

En cuanto a la Generalitat valenciana, el problema es que su caja está aún más vacía que la del Ayuntamiento de la capital. A pesar de los últimos pagos directos del Gobierno central a proveedores, vía FLA -1.500 millones-, cientos de

empresas continúan sufriendo los impagos del Ejecutivo de Alberto Fabra, que no ha facilitado la cifra que les adeudaba a final de 2012. Se conoce lo que debe a las farmacias, las recetas desde julio, unos 400 millones, y lo que adeuda a las empresas gestoras de unas 170 residencias de la tercera edad, unos 61 millones por todo 2012. Sólo la Consejería de Sanidad, aparte de la deuda con farmacias, adeuda más de 700 millones a proveedores correspondientes a 2012.

En Cataluña se produce una situación totalmente contraria entre las dos principales administraciones. Mientras el ayuntamiento de Barcelona pagaba el año pasado sus facturas a 40 días y se ha comprometido a abonarlas a 30 días este

Los morosos afrontan retención de ingresos del Estado y recargos dictados por la UE

mes de enero, la Generalitat de Cataluña está pagando a los autónomos en un plazo de cinco meses y medio, según ATA. La deuda que arrastraba el gobierno de Artur Mas con este colectivo al cierre de 2012 ascendía a 922 millones.

Los retrasos en los pagos también los están sufriendo en Cataluña otros colectivos como los farmacéuticos, las escuelas concertadas y los principales hospitales que no son propiedad de la administración catalana, pero que trabajan casi en exclusiva para el sector público.

Información elaborada por

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

Antoni Cañete Portavoz de la PMcM

“Las sanciones son clave para que se cumplan los plazos”

La Plataforma Multisectorial contra la Morosidad (PMcM), impulsora de la ley de 2010, lamenta el carácter puntual del plan de pagos ejecutado el año pasado para comunidades y ayuntamientos.

¿A qué atribuis la nueva bola de morosidad pública?

Los abonos del plan de pagos se produjeron de manera puntual y sin continuidad, por lo que en unos meses comenzaron a acumularse nuevamente facturas impagadas

correspondientes a 2012, volviéndose así a alargar los plazos por encima de lo que se podía considerar razonable y de lo que estipulaba la ley para el año pasado (40 días). A esto hay que sumar que el dinero no ha llegado hasta el último eslabón de la cadena productiva.

¿Qué solución hay para atajar la morosidad permanentemente?

Debemos apoyarnos mucho en la transposición de la directiva europea antimorosidad de 2007 para



EE

defender que nuestra Ley es de pleno vigor, y el Gobierno, por su parte, debería ser el primero que se constituyera como garante de la misma poniendo en marcha las me-

didias necesarias. La Directiva Europea prevé la posibilidad de cobrar interés legal de demora, la compensación por los costes de cobro y, según fuentes europeas, hasta se podría llegar a sancionar al Gobierno español si la incumpliera. No obstante, la mera transposición, que estará operativa a partir de marzo, no será suficiente. Hacen falta medidas jurídicas, y la más importante de ellas sería un régimen sancionador como parte integrante de la ley de morosidad.

El ministro de Hacienda ha avanzado que no va a permitir más facturas en el cajón a partir de este año. ¿Confía en este propósito?

El anuncio del ministro de Hacienda sobre que el próximo verano todas las Administraciones pagarán a sus proveedores a 30 días nos hace ver un rayo de esperanza. Próximamente, la PMcM se reunirá con los máximos responsables de Hacia-

da para presentarle su propuesta de régimen sancionador, una de las claves fundamentales para reducir la demora en los plazos de pago. Confiamos en sus propósitos y en que muy pronto decida poner en marcha un régimen sancionador.

¿Qué consecuencias está generando la nueva ola de retrasos e impagos en pymes y autónomos?

Al no suponer el plan de pago a proveedores un punto y aparte en la lucha contra la morosidad resurge la misma problemática. Todo redundando en el empeoramiento de nuestra competitividad y el deterioro de la ya muy delicada situación de liquidez de las empresas, con cierres de empresas y la consiguiente pérdida de empleo. Desde que se inició la crisis, la PMcM estima que de unas 500.000 empresas que han desaparecido (200.000 pymes y 300.000 autónomos), un tercio ha sido debido a la morosidad.

Cataluña



La 'burbuja' hotelera en Barcelona se alimenta del crecimiento de cruceros

Hoteles Catalonia, Olivia Hoteles o H10 están edificando más establecimientos

J. Sacristán BARCELONA.

Los grupos hoteleros siguen considerando a la ciudad de Barcelona como el lugar óptimo para construir nuevos hoteles. Empresas como Hoteles Catalonia, Olivia Hoteles o la cadena H10 están edificando o han anunciado la construcción de nuevos establecimientos de gama alta en la capital catalana.

Estas compañías confían en el aumento anual de turistas que recibe Barcelona y en concreto en el incremento del número de cruceristas que eligen la ciudad para iniciar y concluir sus travesías por el mediterráneo. Los cruceristas son turistas de alto poder adquisitivo que, en gran número, hacen reservas hoteleras en la ciudad antes o después del crucero.

En 2012, se han inaugurado en Barcelona 11 nuevos hoteles con 766 habitaciones. Para 2013 y 2014, el Gremio de Hoteles de Barcelona prevé la apertura de otros 15 establecimientos con otras 1.235 habitaciones que se sumarán a las más de 32.000 con que ha cerrado la ciudad este año. La inversión estimada para construir estos hoteles rondará los 300 millones de euros.

Aunque el ritmo de inversión es inferior a las épocas de bonanza (cuando se construían unas 4.000 habitaciones anuales), ya están apareciendo algunas voces en el sector que alertan de una posible saturación y la creación de una *burbuja* originada por tantos años de crecimiento.

"Cuando uno ve que las cifras de visitantes a la ciudad no paran de crecer puede creer que esto no va a finalizar nunca, pero la experiencia en el mundo de los negocios nos dice que este tipo de fenómenos siempre está limitado en el tiempo", aseguran fuentes del sector.

Desde la celebración de los Jue-



Construcción del Hotel Catalonia en la Plaza Europa de Barcelona. M. FARRÁN

gos Olímpicos Barcelona en 1992, los turistas anuales siempre han crecido en número. En 2011 la ciudad llegó a 74 millones de visitantes. Este incremento ha permitido que la planta hotelera de la ciudad creciera en número de habitaciones sin afectar la ocupación media de las mismas.

Sin embargo, en los últimos años los que se ha resentido han sido las

tarifas. Con un precio medio por habitación situado alrededor de los 100 euros (106 euros en 2011), la capital catalana se ha convertido en una de las grandes ciudades europeas con una oferta hotelera más barata, lo que afecta a la rentabilidad de los nuevos hoteles.

Pese a estas voces que advierten de la posible *burbuja*, esta misma semana el grupo H10 anunció la

El tráfico de cruceros cae un 10% en 2012

El tráfico de pasajeros de cruceros en el Puerto de Barcelona cayó un 10 por ciento hasta noviembre, al registrarse 2,3 millones de viajeros en los once primeros meses de 2012. Por su parte, el número de embarcaciones se redujo en un 13,5 por ciento durante este periodo, según datos de Puertos del Estado. La previsión para final de año es de 2,4 millones de pasajeros.

compra de un solar en el centro de Barcelona por 11 millones para construir un nuevo hotel. Catalonia también anunció en diciembre su alianza con Vueling para crear una nueva cadena que tendrá el primer establecimiento en la Ciudad Condal.

Optimismo en el Puerto

El director general del Puerto de Barcelona, José Alberto Carbonell, reconoce que 2012 no ha sido un buen año para el tráfico de cruceros en Barcelona y "por desgracia, no conseguiremos alcanzar otro récord". Pese a no batir récords, considera que "lograr 2,4 millones de cruceristas" es un hito importante en el contexto actual de recesión económica. Esta cifra permite al puerto catalán mantenerse en el cuarto puesto del *ranking* mundial de bases de cruceros.

Para 2013, Carbonell es optimista ya que está previsto un crecimiento importante en el tráfico de cruceros respecto a 2012 según las escalas que el Puerto de Barcelona ya tiene confirmadas.



A la catalana

Jordi Sacristán

Delegado en Cataluña

MAS RECLUTA TRIPULACIÓN PARA SU VIAJE AL 'LIMBO'

El capitán **Artur Mas** les recomienda que se abrochen los cinturones y les desea un buen viaje hacia lo desconocido. Con él al timón y con **Oriol Junqueras** como contra-maestre, Cataluña emprende una travesía hacia un limbo legal que, según sus cartas de navegación, nos llevará a los catalanes al *paraíso de la independencia* donde no habrá parados, los pensionistas cobrarán más y tendremos todas las carreteras y vías de tren que nos propongamos.

Para la travesía, Mas ha *despedido* a alguno de aquellos que hace dos años fueron elegidos miembros del *Gobierno de los mejores* y los ha sustituido por otros que se adaptan más a las condiciones de ciega lealtad que exige un viaje plagado de incertidumbres y peligros (incluso penales). Por este motivo, el *president* ha mantenido en el Gobierno a **Felip Puig**, pese a que su papel en el departamento de Interior se saldó con la presentación de una dimisión que Mas no aceptó. Puig desplaza del cargo de consejero de Empresa y Trabajo a **Francesc Xavier Mena**, un experto en empresa, cuyo *pecado* ha sido no militar en CiU.

Otro de los más fieles, el portavoz del Gobierno, **Francesc Homs**, ha sido ascendido de secretario a consejero de Presidencia. También se ha incorporado, como consejero de Justicia, **Germà Gordó**, que sustituye a la también independiente **Pilar Fernández-Bozal**. Gordó es un hombre de partido y forma parte de la guardia pretoriana que dirige **Oriol Pujol**, secretario general de CDC. El hijo de **Jordi Pujol** se ha quedado fuera de la tripulación, porque las denuncias publicadas en el caso de las ITV le pueden llegar a afectar. Todos ellos forman el denominado *pinyol* independentista de CiU. Como contrapeso a este sector, Mas ha fichado a **Jordi Vilajoana** en el cargo de secretario de Presidencia, un amigo personal del que el *president* siempre podrá echar mano si el viaje no llega a su destino.

Ahora sólo queda hacer caso a aquello que cantaba el líder de la Orquesta Mondragón, **Javier Gurruchaga**: "Viaje con nosotros si quiere gozar [...] y disfrute de las hermosas historias que les vamos a contar".

Crece la venta de las figuras personalizadas

Un joven catalán elabora caricaturas en formato muñeco

Verónica Sosa BARCELONA.

Figuras de resina personalizadas elaboradas a partir de una fotografía es lo que ofrece Dani Ras a través de la web *minimee.es*. Lo que empezó hace dos años como una

afición, ahora se ha convertido en un negocio para este dibujante ilustrador catalán, que desde que quedó sin trabajo hace dos meses piensa en dar una salida empresarial a la idea que tuvo.

"Hace dos años regalé un muñeco personalizado y gustó mucho, me planteé que además de hacer caricaturas en papel, las podía hacer en un nuevo formato" afirma Ras. En los tres últimos meses de 2012 recibió 30 encargos y como re-

conoce Ras, ha sido una opción demandada de regalo de Navidad.

Mantener la actividad

Ras, con la ayuda de su mujer, elabora los muñecos en dos formatos, uno de 15 centímetros que cuesta 42 euros y otro de 10 centímetros por 22 euros. "Desde diciembre hacemos muñecos de diferentes dimensiones para recrear a una familia", apunta Ras. El principal perfil de sus clientes son aficionados al

cine o al cómic y es por ello que Ras personaliza los vestidos de los muñecos que elabora. "Podemos añadir complementos, como una espada o un gorro, o un escenario de fondo" añade Ras. Los encargos se pueden realizar a través de su página web. "Hacemos pedidos en toda España, pero el gasto de envío fuera de Cataluña es más alto" precisa Ras. En los dos primeros años de actividad ha comercializado casi un centenar de muñecos.

Cataluña



BUSCA CREAR 'SINERGIAS' EMPRESARIALES

Kriska Decor se suma a Red para potenciar la exportación

La empresa lanza al mercado una nueva línea de cortinas metálicas creadas por la diseñadora Claire Davies

Verónica Sosa BARCELONA.

Kriska Decor, empresa que fabrica cortinas metálicas en Tarragona desde 1926, se ha incorporado a la asociación de empresas de diseño española Red para potenciar la exportación y mejorar la imagen del diseño español en los mercados internacionales. "Esta incorporación supone un reconocimiento al trabajo realizado a lo largo de estos años", apunta Josep Maria Sans Esplugues, director comercial de Kriska Decor, que forma parte de la tercera generación de esta empresa familiar.

"Desde hace 10 años estamos apostando por el diseño" afirma Sans Esplugues, quien señala que a mediados de 2012 lanzaron al mercado una línea con diseño propio con la diseñadora Claire Davies, que se suma a las cortinas metálicas personalizadas y adaptadas a cada proyecto que ofrecen.

Proyectos internacionales

Kriska Decor controla íntegramente la fabricación de sus productos, con tecnología y maquinaria de diseño propio. La nueva línea que han lanzado va dirigida a particulares y tal y como apunta Sans Esplugues, "con esta línea los clientes no tienen que inventar un diseño. En España creemos que tendrá salida ya que los españoles son poco arriesgados, a diferencia de los estadounidenses".

Hoteles, restaurantes, bares y tiendas son los principales clientes de Kriska Decor, que desde la década de los 60 se inició en la exportación. "Nosotros hemos fabricado la cortina más alta del mundo de ocho metros de ancho por 40 metros de alto en un hotel de Dubai. También



Cortina metálica del hotel Mandarin Oriental de Barcelona. EE

Los proyectos internacionales representan el 60% de la producción de la empresa

hemos elaborado una cortina para la escenografía de los Oscar en Hollywood y hemos hecho proyectos para el hotel Mandarin, el circuito de F1 en Estados Unidos..." señala

Sans Esplugues. Los mercados internacionales representan el 60 por ciento de su producción y Estados Unidos, Nueva Zelanda, Rusia o Sudáfrica son algunos de los más de 40 países donde exporta.

Tras facturar en 2011 más de dos millones de euros, en 2012 la cifra de negocio cayó entre un ocho y un 10 por ciento. "En febrero estaremos presentes en la feria de Estocolmo para darnos a conocer" avanza Sans Esplugues. Para Kriska Decor, Oriente Medio es otro mercado con potencial de crecimiento.

Etece busca autónomos para realizar tareas de corta duración

La plataforma 'online' ha realizado un 'casting' en Barcelona que finalizó en diciembre

Verónica Sosa BARCELONA.

Poner en contacto a profesionales autónomos y ciudadanos que no tienen tiempo de realizar determinadas tareas es el objetivo de la plataforma Etece. Tal y como afirma el CEO del negocio, Ramón Blanco, "somos una compañía que queremos solucionar cualquier problema de corta duración y generar tiempo para los que no lo tienen". Para ello han llevado a cabo en Barcelona desde el 26 de noviembre y hasta finales de diciembre un casting para seleccionar autónomos y convertirlos en *solucionadores*, a los que se les ofrecerá empleo a través de tareas rápidas.

Las tareas, el precio y el momento para realizar los encargos los fijan los clientes que se registren en el portal, que son ciudadanos que no tienen tiempo de realizarlas o no encuentran a nadie que las lleve a cabo. Servicios como estar en una cola para conseguir entradas de un concierto, coser el bajo de un pantalón, realizar una mudanza o tener una segunda opinión de la declaración de la renta son los que demandan los clientes de Etece, que en estos momentos funciona en Madrid.

Ampliar modelo de negocio

La plataforma *online* ofrece sus servicios en Madrid desde el 15 de julio y cuenta con un total de 200 solucionadores y 2.000 clientes registrados en la web, que han demandado varios cientos de tareas. El objetivo es alcanzar estas cifras en Barcelona a principios de este año tras realizar dos

castings en la Ciudad Condal. A partir de este mes, los clientes ya podrán empezar a demandar servicios, que los cobra Etece y se encarga de pagar a los autónomos. La única vía de ingresos de la plataforma es un 15 por ciento que recibe de cada comisión de intermediación que realiza.

Como avanza Blanco, "la idea es cubrir otras grandes ciudades, como Valencia, donde la gente no tiene tiempo, y ampliar el número de tareas demandadas". Un total de 500.000 euros han sido necesarios para iniciar la actividad, cantidad que ha sido aportada por los tres socios fundadores y los inversores del proyecto. Para ampliar el modelo de negocio a otros puntos del territorio español, este año realizarán una ronda de fi-

2.000

CLIENTES REGISTRADOS

Son con los que cuenta Etece en Madrid, donde tiene 200 'solucionadores'.

nanciación. "A los *solucionadores* les remuneramos su tiempo libre y a los clientes les proporcionamos comodidad, tiempo y ahorro" destaca Blanco como valor añadido de la empresa. Los autónomos que se presentan al *casting* son profesionales que están trabajando pero que les ha caído la actividad. El 75 por ciento de los candidatos son hombres que suelen tener entre 25 y 55 años, señala Blanco, quien apunta que por otro lado, los clientes registrados en la web suelen ser mujeres. Para constituir una base de autónomos certificados, Etece realiza entrevistas personales y pide referencias para seleccionar a los autónomos, que si quieren formar parte tienen que registrarse en su web.

Una ONG abre una clínica dental solidaria en Barcelona

Atiende a personas sin recursos a cambio de realizar otras tareas

Verónica Sosa BARCELONA.

Después de llevar a cabo proyectos sanitarios de cooperación en Perú, Mauritania y Sierra Leona, la ONG Dentistas Sobre Ruedas ha abierto una clínica dental solidaria en Bar-

celona. "La situación aquí está igual de mal que en otros países y en Cataluña también hay población en riesgo de exclusión social que no tiene ingresos para pagar los tratamientos bucodentales que necesita" apunta el presidente de la asociación, Cristian Vargas.

Cadena de solidaridad

La clínica solidaria instalada en el barrio de Gracia de la capital catalana atiende gratis a personas

sin recursos derivadas de otras asociaciones o a los que asisten individualmente acreditando su situación.

Para financiar la tarea solidaria de Dentistas Sobre Ruedas, la organización ha creado otro proyecto paralelo. Se trata de una clínica dental privada denominada *Les 1001 dents* (Los 1001 dientes) y un 13 por ciento de los tratamientos que pagan los pacientes del centro se destina a la clínica solidaria.

La entidad ofrece un certificado a los clientes para que el importe del tratamiento se desgrave de la declaración de renta como donativo a una ONG.

Para que los clientes de Dentistas Sobre Ruedas valoren el servicio que se les ofrece gratuitamente, entran a formar parte de un banco de horas, desde donde pueden ayudar a otros ciudadanos que lo necesiten. "Por ejemplo, un tratamiento valorado en 1.000 euros

equivale a un mes de trabajo en el banco de horas", precisa Vargas. Acompañamiento en asilos y otros servicios a la comunidad es lo que deben hacer los pacientes a cambio de recibir asistencia bucodental gratuita. La previsión es atender en la clínica solidaria 400 personas cada mes y montar este año una clínica en Madrid y una en Málaga, avanza Vargas. Para llevar a cabo este proyecto en Barcelona, Vargas ha invertido 220.000 euros.

País Vasco



Maika Palacios, directora asistencial territorial, y Javier Ibáñez, director territorial. TXETXU BERRUEZO

Sanitas cumple 15 años en Euskadi en pleno crecimiento

Tras crecer un 7% en asegurados, prevé abrir su primera residencia en Álava y una clínica dental en Gipuzkoa

Carmen Larrakoetxea BILBAO.

“Sanitas cumple ahora 15 años en el País Vasco con unos buenos resultados en 2012 y creemos que aún tenemos mucho recorrido”. Estas son palabras del director territorial de Sanitas, Javier Ibáñez, que destaca como este año el grupo sanitario tiene previsto mantener sus inversiones. Las principales son la culminación de una residencia para mayores en Álava y la apertura de una clínica dental propia en San Sebastián. La nueva residencia implica una inversión que ronda los 10 millones de euros.

Para Ibáñez, el ejercicio 2012 en Euskadi ha sido “razonablemente

bueno”, como lo demuestra el crecimiento del grupo en todas sus variables. Ha aumentado un 7 por ciento su cartera de clientes, superando las 41.000 personas, y su facturación por primas se ha elevado hasta los 28 millones, la más alta de la registrada hasta el momento en Euskadi. “El mercado está creciendo, a pesar de la crisis. En general, la gente trata de mantener sus seguros médicos”.

Llegar a estas cifras, destaca Ibáñez “no es fácil. Es el resultado de mucho esfuerzo, de ser flexibles, de adaptarnos a las necesidades de los clientes”. También ha sido importante la composición del cuadro médico, con 1.700 profesiona-

382.677 vascos asegurados

El 17,5 por ciento de los vascos tienen un seguro médico privado, que se traduce en 382.677 personas aseguradas a través de unas 215.068 pólizas, según los últimos datos estadísticos del Eustat de 2010. Euskadi se sitúa como la cuarta comunidad española en contratación de seguros médicos. Las tres principales aseguradoras concentran el 81 por ciento del mercado.

les adscritos, con especial atención a las especialidades de traumatología, oftalmología y atención primaria, sin olvidar las clínicas dentales. Este numeroso cuadro médico se logra, según explica la directora asistencial territorial, Maika Palacios, porque “ofrecemos buenas expectativas a los médicos, tratamos de mimarlos”.

La infraestructura sanitaria de Sanitas en Euskadi se compone actualmente de un centro médico propio, Milenium Artaza, en la localidad vizcaína de Leioa, y de dos clínicas dentales, una en Bilbao y otra en Vitoria. Además, tiene suscritos acuerdos de asistencia con todos los hospitales y clínicas privadas existentes en el País Vasco, incluyendo las dos más nuevas y modernas como la Clínica Quirón de Leioa y la de Zorrozaurre del IMQ.

Por lo que se refiere a otra de las áreas prioritarias de negocio, la asistencia a personas mayores, Sanitas Residencial dispone en el País Vasco de cuatro residencias, con capacidad para 620 personas (Barakaldo y Erandio, en Bizkaia; San Sebastián y Lazkao, en Gipuzkoa).

Hitos previstos para este año

Desde el punto de vista de nuevas infraestructuras, Sanitas prevé inaugurar este año en Álava su primera residencia para personas mayores, con una capacidad de 126 plazas y que supondrá una inversión total que rondará los 10 millones de euros. La puesta en marcha de esta residencia implicará una dotación de personal de unas 50 personas.

Otro proyecto importante para Sanitas, según Ibáñez, será la puesta en marcha de la nueva clínica dental en San Sebastián. Desde el punto de vista comercial, la cartera vasca de clientes de Sanitas se compone en un 60 por ciento de seguros colectivos y el 40 por ciento restante, particulares. En 2012 suscribió sendos convenios con la patronal alavesa SEA y los colegios de Mediadores de Seguros de Álava y Gipuzkoa. Ibáñez indica que tiene previsto presentarse a todas las licitaciones y concursos que se convoquen en el País Vasco. También tratarán de captar los usuarios vascos de Muface, “seremos una buena opción para este colectivo”.



UN PERFIL POLÍTICO EN EL NUEVO GOBIERNO

El nuevo Gobierno vasco liderado por Iñigo Urkullu no tendrá los 100 días de cortesía para poner a prueba su gestión. La crisis económica y la oposición se encargarán de apretarle pronto las tuercas.

Para la primera de ellas, la presupuestaria, el PNV se ha puesto la venda antes de sufrir la herida, en palabras del responsable institucional del PNV, Koldo Mediavilla, tampoco sería un desastre mantenerse con la prórroga de las cuentas de 2012 (aprobados por la entonces mayoría parlamentaria de PSE y PP) que no concitaron el rechazo expreso del PNV, sino sólo su abstención. De ahí que con algunos ajustes o créditos adicionales, podrían resultar aceptables.

Me sorprendería que Urkullu optase por esta vía después de que el eje de su campaña fuera la urgente necesidad de sanear las cuentas del Gobierno. No se librará de ello, le tocará hacer cortes fuertes, la caída de ingresos le obligará. Pero para negociar es importante no presentarse acorralado, en ese contexto interpreto las declaraciones de Mediavilla, ya que me decanto por la otra estrategia que apunta Urkullu, conseguir que la oposición le permita aprobar las cuentas con su abstención.

Por lo que se refiere a la composición del nuevo Ejecutivo, Iñigo Urkullu se ha rodeado de un equipo de su entera confianza, con marcado perfil político, personas del partido, con amplias trayectorias políticas. No incorporando independientes y apenas profesionales de la empresa privada. No cuestiono la valía, ni la profesionalidad del nuevo Ejecutivo, pero sí añoro los tiempos de la transición, de los inicios de la autonomía vasca, en que en medio de otra fortísima crisis económica, fue posible una movilización de los mejores profesionales (públicos y privados) para asumir la responsabilidad pública de sacar al país adelante. Soy una nostálgica.

En el plano económico la elección de Gatzagaetxebarria me parece un gran acierto, pocos como él conocen las cuentas del Gobierno (gracias a su implacable labor de oposición) y además se ha rodeado del antiguo equipo de Zenarruzabeitia, especialista en reducir déficit y deuda.

Los servicios públicos elevan sus precios

El agua en Bizkaia y la OTA en Bilbao son los dos que más suben

elEconomista BILBAO.

El ejercicio 2012 cerró con una subida de la inflación del 2,9 por ciento, según los datos del Instituto Nacional de Estadística, lo que lleva aparejado para 2013 la subida de

tasas y precios públicos, en la mayoría de los casos por encima del IPC, aunque también hay numerosos casos de congelación de precios públicos.

Las subidas más importantes se producen en el precio del agua en Vizcaya, que gestiona el Consorcio de Aguas Bilbao Bizkaia, que incrementa el coste del litro en un 10 por ciento. Otra subida importante se produce en el aparcamiento en Bilbao, en que el sistema regulado OTA

incrementa el precio un 5,29 por ciento, aunque introduce como novedad un tramo gratuito de 15 minutos. El aparcamiento en San Sebastián modera su subida al 2,7 por ciento, tasa que también se aplicará al agua de los ciudadanos de la capital guipuzcoana.

También se encarecen los peajes de las autopistas. Circular entre Bilbao y San Sebastián (A-8) se encarece un 2,81; entre Vitoria y San Sebastián (AP-1) un 3,3 y entre Bilbao

y Vitoria (A-68) un 2,8 por ciento. La autopista vizcaína Supersur eleva su tarifa un 4,5 por ciento.

El transporte ferroviario es el que menos varía sus precios. Así ni Euskotren ni Metro Bilbao cambian las tarifas, aunque Renfe aplica la subida del 3 por ciento vigente en toda España. Por lo que se refiere a los autobuses urbanos en San Sebastián incrementan el precio un 5 por ciento y en Bilbao en un 2,49 por ciento.

País Vasco



Norgestión da un nuevo giro a su proceso de internacionalización

Durante 2012 participó en 10 operaciones corporativas, la mitad exteriores

Carmen Larrakoetxea BILBAO.

Puede decirse que Norgestión es una de esas empresas que van bien a pesar de la crisis. Durante el ejercicio 2012 participó en 10 operaciones corporativas, en las que han dominado las operaciones de compra-venta industriales y también, aunque pueda parecer paradójico, también han destacado los casos de "adquisiciones por parte de compañías españolas en el extranjero para ganar presencia internacional, no sólo para exportar", explica Óscar Sánchez Melgosa, socio director de la oficina de Bilbao de Norgestión.

Otra de las actividades que ha experimentado un alza apreciable en la actividad de Norgestión han sido las reestructuraciones financieras de empresas.

Por todo ello, el propio Oscar Sánchez Melgosa constata que, para ellos, el ejercicio 2012 "ha sido un año razonablemente bueno, lo que no es poco para lo que está cayendo", para después indicar que en los últimos cuatro años Norgestión ha creado empleo, ha elevado su plantilla hasta los 51 profesionales, lo que equivale a haber aumentado un 15 por ciento su personal desde que comenzase la crisis.

Pero para afianzar este crecimiento Norgestión ha decidido predicar con el ejemplo lo que recomienda a sus propios clientes: hay que internacionalizarse.

Internacionalización activa

La perspectiva internacional no le ha sido ajena a Norgestión, ya que prácticamente desde sus orígenes han contado con aliados en otros países, gracias a su papel como socio fundador de la alianza internacional Mergers Alliance (MA), que reúne a un equipo de 250 profesionales con presencia en 30 países.



Óscar Sánchez Melgosa, socio director de Norgestión. TXETXU BERRUEZO

Pero, según explica Sánchez Melgosa, ahora se plantean dar un paso más, establecer su internacionalización como un proceso proactivo y estructurado.

Para ello Norgestión, apoyándose en la plataforma de Mergers Alliance, quiere promover mayo-

res sinergias a través de una mayor vinculación entre los asociados que favorezca el paso de un trabajo en red a una verdadera organización internacional.

El socio director de la oficina de Bilbao de Norgestión constata que a pesar de la crisis hay dinero en los

2,5
MILLONES DE EUROS

Otra operación en la que ha asesorado Norgestión fue la salida a cotizar en el MAB de la operadora de telecomunicaciones Ibercom en marzo. Para su salida al mercado Ibercom amplió el capital por 2,5 millones. Ibercom tiene una base de 15.000 clientes empresariales y en 2011 facturó 6,1 millones y un beneficio de 128.000 euros. Sus previsiones para 2015 son facturar 36,7 millones y ganar 7,9 millones.

mercados para proyectos de crecimiento, cosa muy diferente es la financiación tradicional bancaria para el funcionamiento empresarial.

Hay dinero en los mercados

"Hay fondos de capital riesgo que tienen dinero disponible para invertir y que están esperando recibir ideas de buenos proyectos para invertir, porque es su vocación", recalca Sánchez Melgosa.

Otra vía para financiar las empresas en crecimiento puede ser el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) que en 2012 vio salir a cotización a cinco compañías: Carbures, Bionaturis, Suávitas, Ibercom y INKemia, captando 8,5 millones.

Norgestión participó como asesor en una de estas operaciones, en la salida de Ibercom y según reconoce Sánchez Melgosa "en nuestro ánimo está seguir encontrando compañías medianas en crecimiento y que hagamos más operaciones en este campo. Ya estamos trabajando en alguna que habrá que ver si culminan".

Neinor Barria asume los activos inmobiliarios de Kutxabank

C. L. BILBAO.

Kutxabank constituyó a finales de 2012 la sociedad Neinor Barria para la gestión de sus activos inmobiliarios tóxicos, los procedentes de riesgos de promoción inmobiliaria.

La nueva sociedad ha arrancado con un capital social de 78 millones de euros, con la que Kutxabank cumple con el conjunto de requisitos de saneamiento establecidos por el Gobierno en el Real Decreto Ley 18/2012 para la reforma del sector financiero. Dicha norma establece, según la entidad financiera, que incluso las entidades sanas del Grupo 0, al que pertenece Kutxabank, la creación de sociedades para la gestión para este tipo de activos de riesgo.

Por tanto Kutxabank ha traspasado a Neinor Barria activos con un valor neto contable de 77,5 millones, el 0,1 por ciento de los activos totales del grupo, que están valorados en 72.127 millones, mientras que la inversión crediticia supera los 53.000 millones. Hasta septiembre Kutxabank había provisionado 412 millones para riesgos generales y deterioro de activos.

Guardian Llodio tramita el ERE que ha pactado con la plantilla

C. L. BILBAO.

Guardian Llodio ha iniciado la tramitación del Expediente de Regulación de Empleo (ERE) temporal sobre el conjunto de la plantilla que implica reducciones salariales en vez de los 139 despidos que planteó inicialmente la compañía.

Los trabajadores de la fábrica de vidrio alavesa estuvieron en huelga desde el 23 octubre hasta el 13 de diciembre, en que la dirección de la empresa alertó en numerosas ocasiones de que se estaba poniendo en peligro la viabilidad de la fábrica en que trabajan 650 personas.

El ERE temporal tramitado se prolongará unos 47 días este año por trabajador y la empresa compensaría la prestación por desempleo hasta el 85 por ciento del salario. Se abre un nuevo periodo de consultas. La empresa comienza el año diciendo que es necesario esfuerzo para lograr nuevos mercados y productos con alto valor añadido.

ABB adquiere Gresin y AGA compra Cahispa

C. L. BILBAO.

Una de las máximas de Norgestión es la discreción de las operaciones corporativas en las que participa, por lo que en muchos casos no se llega a conocer su implicación en los procesos. Únicamente cuando las compañías deciden comunicarlo, Norgestión sale a la luz.

Este ha sido el caso de dos de las operaciones más recientes en las que ha participado Norgestión: la

adquisición de la firma guipuzcoana Gresin (Grupo de Empresas Industriales) por parte de la multinacional ABB y la compra del grupo asegurador catalán Cahispa por parte de la compañía Assegurances Generals d'Andorra.

En la primera de estas operaciones, Norgestión se encargó de asesorar a Gresin, una pequeña compañía guipuzcoana con 18 años de historia y una plantilla de 16 trabajadores, que había logrado un po-

sicionamiento internacional en el segmento de renovación de prensas mecánicas (orientadas a los talleres de estampación para el sector de automoción) y que a partir de ahora pasará a integrarse en la unidad de negocio Robotics de ABB, en la división *Discrete Automation and Motion*.

En el caso de Cahispa, la situación de partida era más complicada ya que existía un enfrentamiento entre los socios que llegó a los

tribunales y que afectó a su funcionamiento. Por un lado, estaba la familia fundadora Muñoz y por otro, el grupo Corbis, que controlaba la mayoría del capital desde 2010 con la intención de sanear la firma.

La solución vino por la vía de la venta de Cahispa a la aseguradora andorrana Assegurances Generals d'Andorra, otro grupo asegurador de origen familiar con más de 20 años de experiencia, que tiene un volumen de primas de 30 millones.

Comunidad Valenciana



Emilio Orta Presidente de la Asociación Valenciana de la Industria de la Automoción (Avia)

“La industria no debe abrir fábricas en el extranjero”

Javier Alfonso VALENCIA.

La industria auxiliar del automóvil valenciana ve mucha luz al final del túnel tras los anuncios de varias marcas de invertir en nuevos modelos en España. El presidente del clúster de la automoción Avia, Emilio Orta, sostiene que la apuesta de las multinacionales, en particular la de Ford, es el fruto de un trabajo de muchos años.

¿Qué significa para el sector auxiliar valenciano el anuncio de Ford de fabricar aquí nuevos modelos? Ford es la cabeza tractora del sistema, y yendo bien Ford, vamos bien nosotros. Y Ford va bien.

Aunque no está aún al cien por cien. Nos adaptamos a las demandas y los paros de Ford, como cabeza tractora que es, pero la industria auxiliar no trabaja solo para Ford, también fabrica para Renault, para el grupo PSA, para Seat, Mercedes...

¿Cree que la planta belga de Genk acabará cerrándose y vendrán más modelos a Almusafes?

Cuando se anunció lo de Genk se dijo que era una situación que tenía que estudiarse, no era definitiva. Está en estudio y, hasta que no sea definitiva, yo ni hablaría.

¿A qué atribuye la consistencia de la industria automovilística española?

Primero, a que nuestro mercado no es el mercado puramente español, sino el europeo y el mundial. Coches fabricados aquí se están vendiendo en Taiwán, en toda América del Sur, en Rusia... Además, somos los segundos fabricantes de automóviles de Europa. ¿Por qué? Porque somos los que tenemos más calidad como fabricantes de componentes, igual que los alemanes, y en algunas cosas unos diseños muy superiores. Esto es lo que realmente hace que los fabricantes apuesten por España. Nuestra productividad ha aumentado muchísimo. No la producción, la productividad, que a veces se confunden. Se han aplicado herramientas que, responsablemente, han admitido los sindicatos, los equipos de producción, los mandos intermedios y los mandos superiores. Con esa filosofía es con la que se ha conseguido meter el *lean manufacturing*, las cinco eses, el *kaizen*, el Avia-Goal... Todo esto que hemos metido en las líneas de producción es lo que nos ha llevado a este liderazgo.



GUILLERMO LUCAS

Nuevos modelos:
“Los fabricantes apuestan por España porque ha crecido muchísimo la productividad”

Internacionalizar:
“Soy partidario de que las fábricas estén aquí y que en el extranjero haya almacenes”

Infraestructuras:
“Para el Corredor Mediterráneo hay que prepararse, porque el tren llegará cargado”

¿Esta metodología es trasladable a otros sectores?

Claro. El pasado 18 de diciembre, Avia hizo en Ibi (Alicante) una jornada con la gente del juguete para transmitir este mismo mensaje, que aceptaron de una forma totalmente receptiva. Acudieron más de 100 industriales.

Esa responsabilidad de los sindicatos de la que hablaba, ¿marca una diferencia con otros sectores?

Los sindicatos han sido muy conscientes, en Ford y en toda la industria auxiliar, de que o nos adaptábamos o nos quedábamos fuera. Yo creo que cuando llega una situación de estas la gente se adapta.

¿En qué se adapta?

Sobre todo, en formación. La formación se da, y la gente la admite o no la admite. Y la han admitido y la han mantenido. Y la propia gente de producción ha dicho: ‘esto hay que mantenerlo’. Los resultados han sido espectaculares. Con el *lean manufacturing* ha habido empresas en las que una sola persona ha ahorrado 300 kilómetros al año de movimientos innecesarios. Multiplicado por 1.000 o por 500 trabajadores, imagine los kilómetros que se han ahorrado.

¿Se traduce esa competitividad en más exportaciones o implantaciones en el extranjero?

No soy partidario de implantar industrias españolas en el extranjero. Soy partidario de que las fábricas sigan estando en España y en el extranjero haya almacenes de distribución. Es lo que ha hecho Japón y lo que hacen muchísimos fabricantes mundiales, que siguen teniendo sus líneas de fabricación en los sitios donde han desarrollado y donde tienen toda la tecnología, y luego tienen unos almacenes *just-in-time* que suministran como si fabricasen en el mismo país. Esto es el futuro, la deslocalización no es nada buena.

¿Hasta qué punto mejorará la competitividad el Corredor Mediterráneo ferroviario?

Yo en lo del Corredor tengo mi propio criterio, y es que estando muy bien preparados es una muy buena herramienta, y no estándolo, puede ser una gran competencia. No hay más que ver lo que está pasando con los tomates marroquíes, y eso que todavía no está el Corredor. Cuando esté, habrá más competencia, eso no lo olvidemos.

¿Competencia del sur?

Del sur y del norte, porque el Corredor va para arriba, pero también para abajo. Y de abajo el tren también viene cargado de todo, no vayamos a pensar que viene vacío.



Naranjazos

Javier Alfonso

Delegado en la C. Valenciana

EL PRIMER ASUNTO MALOLIENTE DE FABRA

Cuando en 2007 critiqué la presencia de **Camps** en la foto de **Ecclestone** con **Fernando Roig** y **Olivas** en Londres –faltaba la tercera pata de Valmor Sports, **Aspar** y su socio, el *nepote* **Vicente Cotino**–, se me dijo que no tenía nada de irregular que el presidente propiciara un negocio “totalmente privado” entre el magnate de la Fórmula 1 y la empresa que iba a organizar el gran premio de Valencia “sin ningún coste para el contribuyente”. Formalmente era cierto, aunque a algunos nos oliere raro. Pasados cinco años, el atrevimiento de los protagonistas había llegado a tal punto que el caso *Valmor* apesataba, y **Alberto Fabra**, en un error que puede pasarle factura, decidió ocultarlo echando estiércol al montón de basura.

Lo que Fabra intentó tapar son los favores de Camps a su amigo *Aspar* y compañía, que se prolongaron hasta la víspera de su dimisión, liberándolos primero del canon anual que habían firmado con Ecclestone, por el que la Generalitat ha pagado al magnate británico unos 100 millones de euros en cuatro años, y después, sustituyendo a Bankia –accionista de Valmor– como garante del contrato. Todo ello, sin ninguna contrapartida.

Luego, los susodichos se permitieron chantajear a Fabra, quien debió denunciarlos en lugar de ceder y comprar Valmor por 1 euro (valía -16 millones) para hacerla desaparecer, cargando a los contribuyentes valencianos 23,9 millones de pérdidas y 15,9 millones más de deuda que Bankia daba por incobrable. Para rematar la desfachatez, firmó “la exención de responsabilidad civil de los administradores salientes, por incumplimiento de las obligaciones legales derivadas de su cargo”, que lo había. Además, los papeles que supuestamente justifican lo injustificable se ocultaron al Síndic de Comptes, que aventó el muladar en su informe anual.

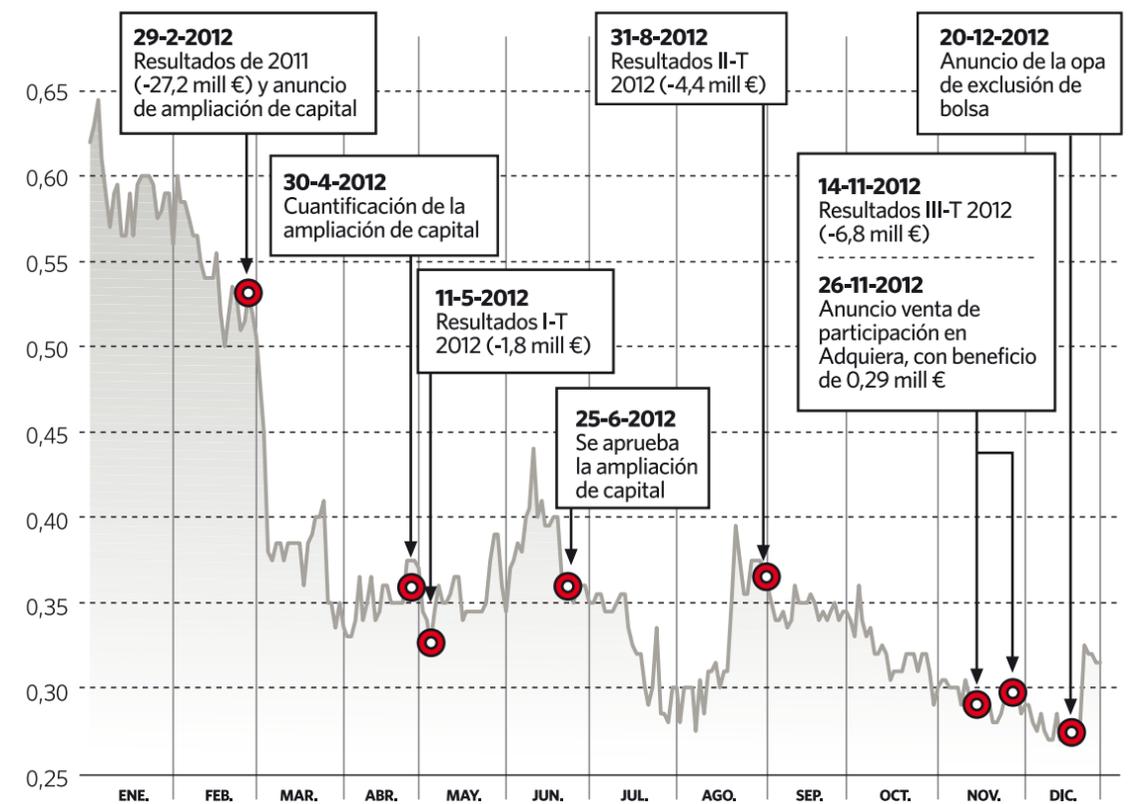
Por mucho menos que esto tiene varias causas abiertas **Jaume Matas** en Mallorca. A la espera de que los diputados de la oposición hagan su trabajo, no estaría de más que en la Fiscalía fueran leyendo el informe de la Sindicatura, empezando por el tomo III, páginas 177 y siguientes.

Comunidad Valenciana



Un año cuesta abajo

Corporación Dermoestética en Bolsa en 2012



Fuente: Bloomberg.

elEconomista

Suescun hundió el valor de Dermoestética antes de la opa

El presidente anunció en febrero una ampliación de capital que hizo caer la acción un 28 por ciento y que luego anuló

Javier Alfonso VALENCIA.

José María Suescun, fundador, presidente y máximo accionista de Corporación Dermoestética con el 59,09 por ciento, tendrá que desembolsar 2,72 millones de euros para comprar el 40,91 por ciento restante en la opa de exclusión que lanzó el 20 de diciembre. Una cantidad irrisoria, 0,33 euros por acción, si se compara con los 71 millones que obtuvo cuando sacó la compañía a bolsa en julio de 2005 –a 9,1 euros por título– o los 54 millones que logró en 2009 al repartir a los accionistas gran parte de la liquidez obtenida por la venta de su filial inglesa. Un reparto que contribuyó a la mala marcha de la empresa, que registra pérdidas operativas desde 2008.

Suescun es, de esta forma, el principal beneficiario de su mala gestión, que remató con el anuncio de una ampliación de capital para “reforzar la posición financiera”, que, lógicamente, hundió la cotización. El anuncio se incluyó en la presentación de resultados de 2011, comunicada a la CNMV el pasado 29 de febrero. Ese día y en las cuatro sesiones siguientes, las acciones cayeron un 28 por ciento –de 0,52 a 0,375 euros–, y ya no recuperaron su nivel anterior. La ampliación se

concretó el 30 de abril y se aprobó por mayoría en la junta de accionistas de junio, pero el consejo de administración presidido por Suescun no la llevó a cabo. En su lugar, el dueño de Dermoestética lanzó la opa de exclusión a 0,33 euros por título. Según el informe remitido a la CNMV, el precio fue calculado por KPMG según distintos crite-

rios, uno de ellos, la propuesta de coste de la ampliación de capital (0,2 euros por cada título nuevo), aunque el criterio más relevante fue la cotización media ponderada de los últimos seis meses en el Mercado Continuo.

Disparó las pérdidas en 2011

Una cotización que se vio condicionada por la ampliación de capital anunciada y no realizada, así como por las abultadas pérdidas de Dermoestética en 2011, que se triplicaron hasta 27,2 millones debido a la decisión del consejo de cancelar, a final de año, 18,9 millones de activos por bases imponibles negativas. El ebitda (resultado bruto de explotación) cayó un 7 por ciento. Ese efecto contable no se producirá en las cuentas del cuarto trimestre de 2012, por lo que las pérdidas bajarán sustancialmente. Sin embargo los actuales accionistas minoritarios no lo verán porque la opa ya estará completada.

Corporación Dermoestética ha convocado junta de accionistas el 2 de febrero, que votará la exclusión de bolsa y la opa presentada por Pabellón Paladio, instrumental creada por Suescun para esta operación. Además, el presidente ha concedido a la empresa un préstamo participativo de 2 millones.

En pleno ajuste, subió el alquiler a la empresa

Los 71 millones obtenidos con la salida a bolsa de Dermoestética y los 54 del reparto de liquidez no son las únicas ganancias de su presidente, que es propietario del 27 por ciento de los locales donde se ubican las clínicas, a través de Soul Corporación. Esta sociedad cobró a Dermoestética un 22,4 por ciento más en el primer semestre de 2012, con los mismos inmuebles, mientras la cadena de estética presumía de haber reducido sus costes un 20 por ciento, sobre todo de personal.

La Generalitat liquida el Instituto Valenciano de la Exportación y Sepiva

El nuevo Instituto de Competitividad Empresarial (Ivace) asume sus tareas

J. A. VALENCIA.

Dos de las empresas públicas más relacionadas con la política industrial de la Generalitat, el Instituto Valenciano de la Exportación (Ivex) y la sociedad promotora de suelo industrial Sepiva, han dejado de existir después de que el Gobierno de Alberto Fabra aprobara el pasado viernes cuatro decretos que avanzan otro paso en la reestructuración del sector público empresarial. Los decretos constituyen los reglamentos de funcionamiento de cuatro de las seis entidades de derecho público (EDP) en las que se agrupa el sector público, entre ellas el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (Ivace), que acoge las actividades relacionadas con el impulso a las empresas.

El Ivace surge como entidad resultante del antiguo Instituto de la Pequeña y Mediana Industria de la Generalitat valenciana (Impiva), en el que además se integra la Agencia Valenciana de la Energía (Aven). El Ivace mantendrá también las actividades propias del Ivex y del Sepiva, aunque estas dos empresas no mantengan su personalidad jurídica.

Las otras tres EDP que arrancan con fecha 1 de enero de 2013 son CulturArts, entidad resultan-

te de la antigua Teatres de la Generalitat, que a su vez absorbe el Instituto Valenciano de Audiovisual y Cinematografía Ricardo Muñoz Suay (Ivac), el Instituto Valenciano de la Música (IVM) y el Instituto Valenciano de Conservación y Restauración de Bienes Culturales (Ivacor); el Instituto Valenciano de Acción Social (Ivas), como entidad resultante del antiguo Instituto Valenciano de Atención a las Personas con Discapacidad y Acción Social (Ivadis), y la Entidad de Infraestructuras de

1.365

MILLONES DE EUROS

Es el ahorro de 2013 respecto a 2011 con la reestructuración del sector público empresarial.

la Generalitat (Eige), como entidad resultante del antiguo Ente Gestor de la Red de Transportes y Puertos de la GV (GTP).

Reparto por consejerías

Respecto a otras empresas integradas en la nueva Corporación Pública Empresarial Valenciana, algunas tendrán dependencia funcional, que no orgánica, de diferentes consejerías. Así, Ciudad de las Artes y las Ciencias (Cacsa) y el Aeropuerto de Castellón (Aerocas) dependerán de la Consejería de Economía, Industria, Turismo y Empleo, y la Sociedad Proyectos Temáticos de la CV estará adscrita a Hacienda.

'El Lobo' espera cerrar esta semana la compra de 'Doña Jimena'

J. A. VALENCIA.

El grupo alicantino Almendra y Miel, fabricante de los turronecillos 1880 y *El Lobo*, podría cerrar esta semana la ansiada compra de la fábrica y la marca de dulces *Doña Jimena*, que persigue desde que hace año y medio se hizo cargo de la gestión de la compañía ubicada en Alcaudete (Jaén). El acuerdo entre ambas empresas no pudo llevarse a efecto al entrar Productos J. Jiménez (*Doña Jimena*) en concurso de acreedores.

Tras meses de negociaciones con los bancos, la empresa jienense

se entró en liquidación y los administradores decidieron vender la unidad productiva por un lado y el resto de bienes por otro, con el objetivo de asegurar la continuidad de la fábrica. La unidad productiva salió a la “venta directa” a finales de noviembre con un precio de salida de 13 millones, pero se declaró desierto. El grupo de la familia Sirvent presentó una oferta en segunda ronda, cuyo plazo finalizó el pasado 26 de diciembre sin que, al parecer, se hayan presentado más candidatos. Almendra y Miel está ahora a la espera de la resolución judicial.

Castilla León



León Farma prevé aumentar este año de 60 a 72 millones su facturación

La compañía farmacéutica se embarca en la producción de anillos vaginales

R. Daniel VALLADOLID.

El grupo farmacéutico Chemo continúa confiando en su filial León Farma, situada en el polígono industrial de la localidad leonesa de Villaquilambre. La compañía espera aumentar la facturación de la planta, especializada en productos hormonales, de los 60 millones contabilizados en 2012 hasta los 72 millones. Para ello, la planta incrementará la producción, que en la actualidad es de 2.200 millones de píldoras al año, a la vez que se baraja un nuevo proyecto de gelatinosos que permitirá la fabricación de 16 millones de cápsulas de gelatina anualmente. Junto a este proyecto, se pretende poner en marcha la fabricación de anillos vaginales, una iniciativa bastante novedosa a nivel mundial.

El de los anillos vaginales será el proyecto *estrella* de la factoría para este año, una iniciativa que contará con una inversión de entre tres y cinco millones de euros en maquinaria, lo que permitirá la fabricación de entre 16 y 20 millones de anillos vaginales que se venderán en todo el mundo, además de la creación de nuevos puestos de trabajo en la factoría leonesa.

En cuanto a las fechas previstas, se calcula que en el plazo de tres o cuatro meses se dispondrá de la tecnología necesaria y, una vez que la planta esté validada con los permisos pertinentes, podrán empezar a elaborarse los primeros lotes, previsiblemente en el segundo semestre del año, para empezar a comercializarlos a finales de 2013 o principios de 2014.

En la actualidad, se está acometiendo la fase final de dos proyectos clave para el futuro de León Farma, como son la puesta en funcionamiento de una nueva línea de alta capacidad de granulación y la

construcción de una planta piloto de desarrollo galénico, proyectos que está previsto que estén finalizados próximamente.

En su conjunto, el proyecto de expansión del grupo Chemo supone una inversión total de más de 12 millones de euros, y en términos de creación de empleo representa un incremento del 75 por ciento de la plantilla, cifras que evidencian la apuesta decidida del grupo Chemo por la consolidación y el desarrollo de la actividad en la planta de León.

De hecho, la ampliación y modernización de las instalaciones farmacéuticas de Villaquilambre convierten a la planta de León en uno de los principales centros de producción del grupo Chemo en el cam-

La compañía exporta cerca del 99% de la producción a un total de 30 países

po de la salud de la mujer, con cobertura mundial. León Farma exporta cerca del 99 por ciento de la producción a cerca de 30 países en todo el mundo, aunque los mercados que concentran la actividad exportadora son Europa, Estados Unidos, América Latina y Asia.

Con una superficie útil de 410 metros cuadrados, la planta piloto de León Farma está diseñada para responder con la máxima eficacia a las necesidades de desarrollo y de fabricación de los proyectos de I+D del área de salud de la mujer. Equipada con siete salas autocontenidas, la nueva planta permite trabajar de manera simultánea con varios principios activos hormonales y fabricar lotes de registro y lotes



Instalaciones de León Farma en el polígono de Villalonquérjar. ELECONOMISTA

de bioequivalencia de varios medicamentos a la vez, optimizando los recursos y el tiempo para poder llevar a cabo los desarrollos farmacéuticos de manera más rápida.

El nuevo centro está dotado con un completo equipamiento y con la tecnología más avanzada para el de-

sarrollo de comprimidos y cápsulas de gelatina blanda.

En el futuro, está previsto incorporar nuevas tecnologías hormonales que amplíen la gama de desarrollos farmacéuticos en la línea terapéutica de medicamentos hormonales.

Adiós a las trabas administrativas para atraer nuevas industrias

Los proyectos de interés público no necesitarán permisos

eE VALLADOLID.

La Junta de Castilla y León potenciará la captación de proyectos industriales de carácter estratégico con un marco legislativo específico que avanza en la eliminación de barreras administrativas. El nuevo régimen facilita el camino de la implantación o ampliación de las instalaciones y garantiza la concesión de ayudas o incentivos públicos. La Consejería de Economía y Empleo ha elaborado el anteproyecto de ley de Industria de Castilla y León, que continúa con el proceso de liberalización de acuerdo a la Directiva Europea de Servicios. La nueva estrategia persigue la creación de nuevas industrias y la ampliación de las existentes a través de dos regímenes diferenciados, uno de referencia general y otro específico para proyectos prioritarios.

La nueva ley pondrá el acento en la atracción de nuevas iniciativas industriales, que si son declaradas prioritarias se beneficiarán de un marco regulatorio que simplifica trámites y garantiza los apoyos públicos. Para ello, la iniciativa privada deberá justificar la consideración de interés público para recibir un tratamiento preferente.

Ocupación urgente

El Ejecutivo castellano y leonés permitirá a estas iniciativas empresariales conseguir de forma automática la autorización para implantarse o ampliar las instalaciones sin necesidad de una solicitud posterior. También, se aprobará la expropiación de terrenos en favor del promotor industrial o se le otorgará la declaración de utilidad pública e interés social. Además, conseguirá de forma automática el permiso para una ocupación urgente de bienes y derechos afectados.

En este sentido, la Junta permitirá, con la declaración de proyecto prioritario, el establecimiento o la ampliación de servidumbres de paso, tanto para vías de acceso, como para líneas de transporte y distribución de energía, aunque de acuerdo a la normativa que los regule. Además, el Gobierno autonómico garantiza la concesión de subvenciones, sin perjuicio de los requisitos de la normativa sobre ayudas públicas.

Siro derriba la antigua fábrica de Fontaneda

El grupo compró la planta de la histórica galletera en 2002

R. D. VALLADOLID.

Grupo Siro hará efectivo este lunes el cierre de la tienda de Aguilar de Campoo, integrada en el complejo industrial de Fontaneda que adquirió a United Biscuits,

y cuya demolición se acometerá este mismo mes.

La antigua instalación fabril fue adquirida a finales de 2002 a la multinacional propietaria de Galletas Fontaneda y permaneció activa hasta mayo, fecha en la que el grupo que dirige Juan Manuel González Serna abrió una nueva planta productiva. Para poder compartir con los vecinos estos últimos días, se han instalado fotografías sobre la historia de la fábrica en la tienda.

Siro continuará con sus planes de negocio en Aguilar de Campoo en las otras dos fábricas que el grupo posee en la localidad, donde fueron reubicados todos los trabajadores de la antigua factoría, y mantiene su compromiso de generación de riqueza en aquellas localidades en las que desarrolla su actividad.

Grupo Siro está presente en Aguilar de Campoo desde 2002, cuando adquirió el histórico Horno de Galletas evitando así el cierre y la

pérdida de empleo. En 2008 puso en marcha un nuevo centro de producción en el polígono de Villallano, y en 2012, inició la producción en el tercer centro de Grupo Siro en la localidad, tras una inversión de 40 millones de euros. Actualmente, en los dos centros que Grupo Siro tiene en funcionamiento en Aguilar de Campoo, trabajan 283 personas y se elaboran productos para los negocios de galletas, pan de molde y cereales del grupo.

Calidad e innovación en la elaboración de productos tradicionales

Eduard Vilà i Olivé gerente de Embotits Olivé

Con su tercera generación hoy al frente, Embotits Olivé nació en 1954 como una pequeña tienda de barrio especializada en la elaboración propia de embutidos. Desde entonces, viene trabajando con el objetivo de ofrecer a sus clientes productos artesanales de alta charcutería y gourmet, así como recetas tradicionales de cocina. Todo ello sobre la base de las mejores materias primas, aten-

diendo a estrictos criterios de calidad, evitando la utilización de colorantes y conservantes, y aportando además un componente importante de innovación en todas sus propuestas, lo que le permite marcar la diferencia en su mercado. Si buscas calidad y originalidad, sus productos van a encantarte. Esta Navidad, en Embotits Olivé encontrarás sabores sorprendentes....

Embotits Olivé inicia su trayectoria hace más de medio siglo, elaborando butifarras y otros embutidos tradicionales. Su propia evolución como empresa les llevó a ampliar poco a poco su gama de productos y a ofrecer también, desde hace ya más de 20 años, platos preparados. Aunque su evolución más importante llegaría hace tan solo siete, cuando la empresa decide apostar al máximo por la innovación y sofisticar su catálogo de productos hasta ponerlos a la altura de la categoría gourmet. Sus bombones de pato son un buen ejemplo de ello.

Cocina y embutidos

Con dos tiendas propias en Viladecans y presencia en numerosas tiendas gourmet de toda Catalunya, especialmente del Baix Llobregat y del Barcelonès, Embotits Olivé centra actualmente su actividad en dos líneas de negocio: embutidos y cocina.

Con un bagaje acumulado en la elaboración de embutidos desde 1954, esta firma catalana ofrece a sus clientes una gama de embutidos tradicionales: especialidades frescas, como hamburguesas; o especialidades cocin-

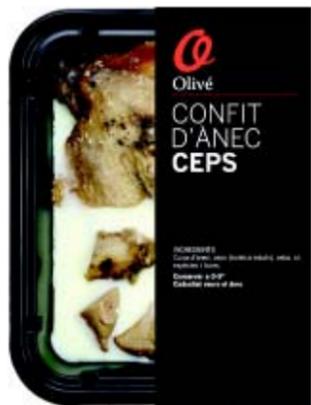
das, como sus butifarras, que elabora tanto en los sabores de siempre (blanca, negra, huevo...) como en exquisitas combinaciones, que pueden ser cabra y nueces, cebolla confitada con queso parmesano, alcachofas y bacon... Así hasta 10 sabores distintos y exclusivos. También Embotits Olivé ofrece una gama de alta charcutería, en la que el producto estrella es el Mi-Cuit de hígado de pato trufado, así como sus renombrados Bloques de pato, que elabora hasta en 8 sabores distintos (trufa, setas, marrón glacé, trompetas de la muerte...), hasta 12 variedades de galantinas de Navidad y numerosos patés, desde los de gustos más tradicionales a los de sabores más extremados. Todos siempre, con la categoría propia de un producto de alta gastronomía y con la particularidad de todos los productos Olivé: con el mínimo conservante y colorante posible. De hecho, muchas de sus especialidades ni tan siquiera llevan. Lo consiguen gracias a novedosas técnicas de cocción y envasado al vacío.

En su apartado de cocina, Embotits Olivé ofrece platos tradicionales como los canelones, macarrones, habas



a la catalana, caracoles... pero aportando en la mayoría de ellos el toque de innovación que caracteriza a esta firma, dando lugar a canelones de pato, de pato con manzana y de pato con boletus. Imprescindibles también sus croquetas, especialmente las de foie y setas.

Ya sea en sus propuestas de cocina como en sus gamas de embutidos artesanales, Embotits Olivé destaca siempre por ofrecer la máxima calidad con un claro componente de innovación. "Queremos aportar al mercado ideas y sabores nuevos, por eso hacemos lo que no hace nadie. Buscamos ese diferencial, unido siempre al de la más alta calidad", afirma Eduard Vilà i Olivé, gerente de Embotits Olivé y nieto de los fundadores de la empresa.



ALIANZE 3A

El referente en queso francés para el mercado español

Filial de dos importantes cooperativas francesas, Eurial y Les Fromageries Occitanes, ALIANZE 3A se posiciona como empresa de referencia en el mercado español en la importación de quesos franceses para retail y canal Horeca. Cantorel y Soignon, son algunas de sus marcas líderes.

Con sede en Nantes, la cooperativa Eurial agrupa a 4500 productores de leche. La cooperativa cuenta actualmente con 14 fábricas y en 2011 alcanzó una facturación de 810 millones de euros, el 23% de ella procedente de la exportación de sus quesos.

Con su marca Soignon, es líder en Francia en el mercado de los quesos de cabra en sección libre servicio de los supermercados. En 2012, se ha lanzado la nueva marca Merci Chef!, gama que introduce importantes innovaciones, como es el caso de sus quesos fres-



cos de cabra con arándanos o con miel, y camembert con champiñones o con pimienta.

Además de queso de cabra, Eurial potencia ahora su línea de quesos para pizza, bajo la marca Maestrella.

Por su parte, Les Fromageries Occitanes tiene su sede en Toulouse. Es líder en España del mercado de las pastas veteadas en sección libre servicio de los supermercados, esto es, queso azul y queso roquefort, que comercializa con la marca Cantorel en los principales lineales de España. Está especializada en quesos de las regiones de Auvergne, Roquefort y Pirénes, y actualmente orienta parte de sus esfuerzos en la introducción de su marca La vie de

EURIAL abrirá en 2013 una nueva fábrica en Lebrija (Sevilla) dedicada a la elaboración de queso de cabra

chateau, que integra una extensa gama de quesos orientada al canal Horeca: formatos en tacos para añadir a ensaladas, loncheados para bocadillos o porciones individuales envasadas para colectividades: hospitales, catering, colegios..., con el valor añadido de que no hay que manipular ni cortar. Les Fromageries Occitanes agrupa

2230 productores de leche y se posiciona como el sexto fabricante de queso francés. Con 10 fábricas en Francia y una facturación de 233 millones de euros anuales, la cooperativa produjo 44.000 toneladas de queso en 2011, de las que exporta tanto queso azul, roquefort, brie, camembert o emmental.

Calidad y servicio

Estas son las dos prioridades de ALIANZE 3A, que afianza su posicionamiento como importador de quesos franceses de calidad, más de 11 de ellos certificados con sellos de D.O.P.

La filial española, creada en 1988, sigue creciendo incluso en el actual contexto de crisis. "Si llevamos en el mercado tanto tiempo y seguimos creciendo es porque nuestros clientes nos reconocen como un proveedor que ofrece una relación calidad/precio muy acertada", apunta Adrien Achard, director de ALIANZE 3A, quien nos adelanta además la apertura en marzo de 2013 de una nueva fábrica en Lebrija (Sevilla) "para producir pastas lácticas de queso de cabra con el que se atenderá la demanda de este producto en la Península Ibérica y el norte de África, y que en tres años tendrá capacidad para producir 2000 toneladas de queso. ALIANZE 3A prevé acabar el año 2012 con 4500 toneladas de queso comercializadas en España, frente a las 3750 de 2011. Su facturación en nuestro país ha pasado de los 20 millones de euros de hace dos años a los 23,5 con que cerrarán el ejercicio de 2012.



Andalucía



Vista de Málaga con la Alcazaba y la catedral de fondo. ALEX ZEA

José María Camacho MÁLAGA.

La ciudad del Paraíso, según el poeta andaluz y premio Nobel Vicente Aleixandre, con nuevas iniciativas empresariales e inversiones millonarias, mantiene su hegemonía como capital económica de Andalucía, pese a la crisis. Francisco de la Torre, alcalde de Málaga; Francisco García, consejero delegado de Analistas Económicos de Andalucía (servicio de estudios de Unicaja); Javier González, presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM); Jerónimo Pérez, presidente de la Cámara de Comercio, y Felipe Romera, director del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), defienden en *elEconomista* la fortaleza de la capital malagueña y no tienen duda de que el PTA, el aeropuerto y la Universidad suponen un verdadero impulso para la ciudad, que apuesta cada vez más por el conocimiento y el turismo cultural y de cruceros para dinamizar su actividad.

En los últimos años, no obstante, se ha producido una caída intensa del empleo, como en el conjunto de la región. Francisco García explica que la repercusión más notable de la recesión “queda de manifiesto al analizar las cifras del mercado de trabajo”. La tasa de paro casi se ha triplicado entre 2007 y 2012, alcanzando el 33 por ciento en una trayectoria paralela a la de otras provincias andaluzas. Málaga es, em-

MÁLAGA ¿CAPITAL ECONÓMICA ANDALUZA?

Pese al lastre del paro, ciudad y provincia tienen en tecnología, turismo y servicios, y agro los pilares para resurgir tras la crisis

pero, la capital andaluza con la tasa de paro más alta. Este deterioro del mercado laboral está afectando a la renta de las familias, y de ahí el retroceso que experimenta el consumo de los hogares.

Sin embargo, otra amplia panoplia de indicadores muestra un comportamiento menos negativo, o incluso positivo, respecto al resto de Andalucía y la media nacional. Es este comportamiento en creación de empresas, evolución del sector

turístico, crecimiento del polo tecnológico del PTA, mejora de infraestructuras o pujanza del sector agroindustrial provincial el que permite sustentar la afirmación de que Málaga y su provincia serán, cuando remonte la actividad, el primer pulmón económico de Andalucía por delante de Sevilla.

No obstante, en 2012, la capital malagueña es una de las dos capitales andaluzas, junto con Córdoba, donde el empleo ha crecido le-

vemente, aunque ello no ha impedido el repunte de la tasa de paro, lo que se explica por el fuerte avance de la población activa. El leve crecimiento del empleo en la ciudad, hasta el tercer trimestre de 2012 según la EPA, obedece al aumento de los ocupados en el sector servicios (que concentra el 90 por ciento del empleo en la ciudad) lo que sin duda se relaciona, entre otros aspectos, con la buena trayectoria de la actividad turística y, en

especial, la que se asienta en la demanda extranjera.

De hecho, los últimos años, por ejemplo, la apuesta de la ciudad por el turismo cultural ayudó a que ya en 2011 la ciudad recibiera más visitantes extranjeros (52 por ciento del total) que nacionales lo que, en términos económicos, permitió compensar la atonía de la demanda nacional. Como destacó BBVA Research en su último informe sobre la economía andaluza en octubre pasado, Málaga es junto con Córdoba la única provincia en la que crece el turismo en 2012.

Otro hecho relevante en positivo ha sido la trayectoria del parque tecnológico PTA, ya que, a pesar de la crisis, tanto la facturación como el número de empresas volvieron a incrementarse, si bien el empleo registró un leve descenso, aunque bastante menos acusado que en el resto de actividades.

Pilares

Para Javier González de Lara, presidente de la CEM, los pilares del desarrollo económico de Málaga siguen siendo el turismo, las empresas de base tecnológica, la industria agroalimentaria y la exportación. “Estamos en cabeza desde hace 17 años en la creación de sociedades y esto demuestra nuestro empuje a pesar de las dificultades”, indica el dirigente empresarial, quien destaca los efectos positivos de algunas importantes infraestructuras como



la hiperronda, la segunda pista del aeropuerto y el puerto. El aeródromo malagueño ha venido registrando desde el inicio de la crisis, y con alguna excepción, caídas menos pronunciadas del tráfico de pasajeros y subidas mayores cuando la coyuntura ha sido más favorable. Todo ello le permite mantenerse firme como cuarto aeródromo de España pese a los cinco años de retraimiento económico.

El dirigente patronal destaca además que el ciudadano se ha retraído en el consumo ante una menor renta y la subida del IVA. “En la medida en que la situación mejore también el ciudadano aumentará su capacidad de compra. El comercio en la ciudad se plantea ahora, precisamente, la libertad de horarios y tiene una decidida voluntad de modernizarse para asumir nuevos retos”, señala.

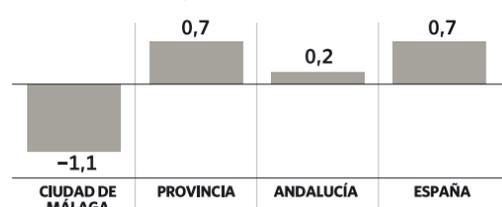
El presidente de la Cámara de Comercio, Jerónimo Pérez Casero, asegura que Málaga está respondiendo mejor a la crisis que otras ciudades de su entorno porque cuenta con una oferta cada vez más diversificada. “Las posibilidades que ofrece a nivel turístico aún tienen que dar más frutos. Es la capital de la Costa del Sol y cuenta con importantes infraestructuras en materia de transporte, como son su Aeropuerto internacional, el AVE, la Estación Marítima de Cruceros, las conexiones por carretera, etc., junto a una mayor oferta cultural. Como ejemplo están los hoteles que se han abierto en los últimos años”, subraya.

Inversión exterior

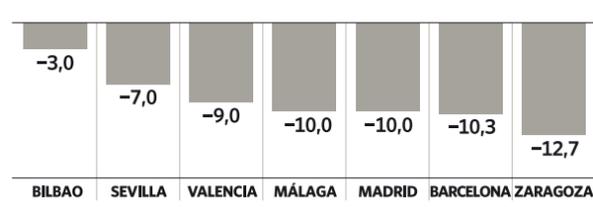
Para Pérez Casero, la repercusión más grave de esta crisis sobre el ciudadano es la pérdida del empleo. Los sectores de la construcción y el comercial, que absorbían gran cantidad de mano de obra, se han visto gravemente afectados, por lo que “hemos de trabajar entre todas

Radiografía de la capital de la Costa del Sol

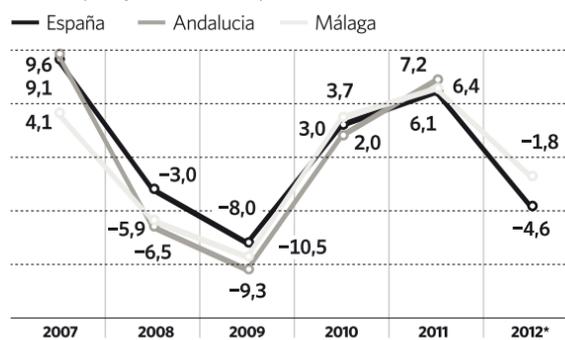
Evolución PIB 2010/2011 (%)



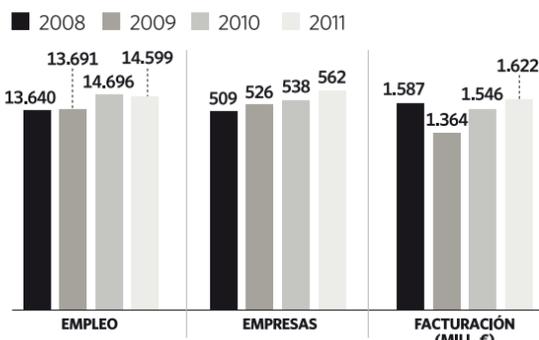
Precio de la vivienda libre (variación 2010-2011 en %)



Tráfico pasajeros en el aeropuerto (variación 2010/2011 en %)



Evolución del empleo y empresa en el PTA



Fuentes: Unicaja, INE, Ministerio de Fomento, Aena y PTA. (*) Hasta noviembre.

las administraciones e instituciones por mejorar las posibilidades que se nos presentan en cualquier sector para luchar contra el paro, lo que redundará en un aumento del consumo y en una mejora sustancial de los sectores productivos para generar riqueza y bienestar”.

Málaga, por su condición de motor económico andaluz, sigue siendo uno de los lugares más interesantes de todo el mundo para realizar inversiones en diversos sectores, según el presidente de la Cámara, quien añade que la crisis está forzando a numerosas empresas a valorar la internacionalización como un aspecto a tener en cuenta no solo para su crecimiento, sino para la propia supervivencia de las mismas.

El director del PTA, Felipe Romera, considera que a Málaga, al haber sido más dependiente de la construcción, le está afectando más la crisis que a otras ciudades, aunque sale adelante porque también

tiene otras potencialidades como son el turismo y el sector de la economía del conocimiento ligado al Parque Tecnológico. Uniendo los discursos de Romera y Pérez Casero, cabe destacar que Málaga lidera las exportaciones andaluzas de tecnología con 112 millones sobre

Málaga lidera la exportación TIC andaluza a EEUU y el turismo exterior es ya mayoritario

los 170 que exportó Andalucía en productos y servicios TIC hasta el tercer trimestre del año. La tecnología malagueña es, dentro de lo que se genera en Andalucía, la que más éxito tiene además en el hipercompetitivo mercado de EEUU.

Romera, artífice del éxito de la

tecnópolis malagueña, no oculta pese a todo que el paro es una gran tragedia en Málaga. “Es nuestro gran problema”, lamenta. Pero abunda: “La nueva economía de Málaga está íntimamente relacionada con el conocimiento, y el PTA y la Universidad son sus pilares básicos. La ciudad lidera el turismo, el sector financiero, la economía del conocimiento y también el sector de la construcción”.

En este último sentido, José Luis Sánchez Domínguez, presidente de Sando, la mayor constructora de Andalucía, asegura: “Málaga ha experimentado un cambio sustancial en la última década. Su crecimiento económico ha estado amparado en diferentes sectores como el turismo, la agricultura o la construcción, que han generado riqueza y empleo. En este sentido, la apuesta por las infraestructuras de la comunicación ha mejorado los flujos de intercambio con el resto del país y con el extranjero”.

Francisco de la Torre Alcalde de Málaga

“Hemos ‘perdido’ 160 millones en ingresos en favor de las pymes”

J. M. C. MÁLAGA.

El ayuntamiento malagueño saca pecho, con moderación, de su saneada situación financiera.

¿Cómo afecta la crisis a pymes y familias en Málaga?

Las medidas aplicadas estos últimos cuatro años no han podido ser más comprometidas: subida cero de tasas e impuestos en 2010 y 2011 y subida del IPC en 2009 y 2012. Además, la no aplicación de la ac-

tualización del IBI, así como los beneficios fiscales y las ayudas en los distintos tributos, ha supuesto que el ayuntamiento deje de ingresar 160 millones que han quedado en las pymes y familias para soportar la crisis. Junto a ello, seguimos pagando a proveedores con puntualidad por debajo del límite de 30 días. Una consecuencia de ellos es que Málaga es la provincia que más empresas nuevas ha creado de enero a noviembre de 2012 en Andalucía con un total de 3.767, seguida



de la de Sevilla con 3.207.

¿Ha dado la ciudad el salto para ser capital económica de Andalucía?

De cómo hemos actuado en los úl-

timos años dependen las posibilidades reales que hoy tenemos. En este sentido son relevantes los buenos resultados turísticos que mantenemos frente a la generalidad de otros destinos. La apuesta decidida de los últimos años en nuevas tecnologías, cultura, turismo, peatonalización, y promoción de ciudad son las que ahora nos permiten despuntar de la media nacional.

¿Cómo afecta que la inversión prevista para 2013 en los presupuestos municipales sea de sólo 50 millones de euros?

Si bajan los ingresos directos e indirectos, no existen ingresos por ventas de patrimonio, ni posibilidad de peticiones de crédito a los bancos, y las administraciones reducen su aportación a los municipios e incluso algunas mantienen deudas importantes con Málaga, no es de extrañar que las administraciones locales reduzcan inversión.



Desde el Bulevar

José María Camacho

Corresponsal en Málaga

ADIÓS AL REPUBLICANO REY MAGO BALTASAR

Se acabó la Navidad y el tiempo del edil comunista Pedro Moreno Brenes en el Ayuntamiento de Málaga. El portavoz de Izquierda Unida ha decidido dar un paso atrás para que IU dé muchos pasos adelante. Así lo cree y así lo ha explicado en su adiós.

Parece una contradicción que su mejor recuerdo en los cinco años y medio que ha estado en el Consistorio malagueño haya sido salir en la Cabalgata de los Reyes Magos de Oriente, donde reencarnó al rey Baltasar. Pero no lo es. Moreno Brenes es comunista y cristiano.

Años atrás fue el azote de Jesús Gil en el ayuntamiento de Marbella, y de la familia de Eduardo Martín Toval en el consistorio de Álora, donde desempeñó el cargo de secretario. En dos ocasiones ha querido ser alcalde de Málaga pero en ninguna obtuvo suficiente apoyo popular para gobernar la ciudad. En su camino se cruzó Francisco de la Torre. No obstante, se va satisfecho del trabajo realizado en el ayuntamiento de la capital malagueña.

Su discurso ha sido riguroso, coherente y sistemático en defensa de lo público y de la justicia social. En el futuro seguirá vinculado al PCE y a IU, de donde nadie le va a sacar salvo que su conciencia se lo exija.

La política no le ha cambiado su manera de ver el mundo, “injusto en lo social y en lo económico”, según el concejal, quien considera que mientras una persona no tenga las mismas oportunidades para vivir, trabajar y disfrutar, “habrá tajo para la gente de izquierdas, y, en general, para las personas de buena voluntad, que son la inmensa mayoría”.

Nunca se ha avergonzado de sus convicciones comunistas, ni tampoco de sus creencias cristianas. Ambas llevan conviviendo en sana armonía y colaboración más de 35 años. Su compromiso político no le ha impedido aprender y coincidir con los que no comparten sus ideas.

A partir ahora no dará la tabarra en los plenos, seguirá ejerciendo de ciudadano y tendrá la puerta de su despacho en la Facultad de Derecho abierta, al igual que su corazón, para todo el mundo. Adiós al Rey Baltasar.

Aragón



Protocolo se internacionaliza con su primera tienda en México

Cierra un acuerdo con El Corte Inglés para comercializar sus colecciones

Eva Sereno ZARAGOZA.

Orson Salazar, el marido de la actriz Paz Vega; Roberto Liaño, el esposo de la cantante Toñi Salazar o Eugenio Derbez, que protagonizó la que se ha definido como la boda del año en México, son algunos de los rostros conocidos que han lucido en ceremonias nupciales o fiestas alguno de los trajes de Protocolo. La empresa zaragozana, que comenzó su andadura en 1991 dentro de este sector, ahora ha iniciado su crecimiento internacional con la apertura de su primera tienda propia en México.

Este establecimiento, el primero que Protocolo abre en el exterior, forma parte del plan de crecimiento que la empresa ha puesto en marcha. "Es el primer paso para el lanzamiento de nuestro crecimiento internacional", señala Mariano García Forcada, director general de Protocolo. Además, Forcada añade que están haciendo contactos para abrir más establecimientos comerciales en el continente americano.

Dentro del salto internacional de Protocolo se contemplan próximas aperturas en Brasil, en la localidad de Sao Paulo, así como en Colombia, en la ciudad de Medellín, y en Chile. Unos mercados que Protocolo abordará previsiblemente de la mano de socios y en los que se adentrará porque en estos países, sobre todo, en Brasil, "no existe esta calidad" de Protocolo. Otro objetivo de la empresa es intensificar su presencia en México. Para conseguir este último propósito, la em-

presa ya está haciendo contactos con las cadenas Palacio de Hierro y Liverpool. "Probablemente abramos una tienda en Guadalajara y el resto serán franquicias en zonas como la Riviera Maya o Monterrey, entre otras ubicaciones, en las que se está trabajando para abrir cinco franquicias en el país mexicano" precisa Forcada.

Crecimiento empresarial

El mercado de México es uno de los más importantes para Protocolo en la actualidad porque "en estos momentos hay más de 600.000 bodas al año y el 82 por ciento de ellas son religiosas". Unas cifras que son más elevadas que en España, país en el que se han registrado un total de 162.000 enlaces nupciales. Además, "en México valoran mucho nuestro producto por la calidad de la confección y la imagen. De ahí, que sea un nicho importante para nuestro crecimiento" precisa Forcada.

Además de trabajar en la internacionalización de la empresa, Protocolo también está inmersa dentro de un plan de crecimiento en España. "Hemos sido seleccionados por El Corte Inglés para representar la ceremonia en sus centros". De esta manera, los trajes de ceremonia y fiesta masculinos de esta firma zaragozana se comercializarán a través de *corners* en varios centros. La presencia en España de Protocolo también crecerá con la puesta en marcha de cuatro nuevos establecimientos en régimen de franquicia, concretamente, en Bil-



Mariano García Forcada, director general de Protocolo. RUBÉN RUIZ

100
AÑOS EN EL SECTOR TEXTIL

El año 1991 comenzó su actividad Protocolo, de la mano de Mariano García Forcada, aunque la tradición de la familia dentro de este campo se remonta a 1908. La primera generación heredó un establecimiento especializado en géneros de punto, a partir del que se creó la cadena de tiendas textiles masculinas Mariano García, que fue incidiendo en la especialización hasta nacer Chaqué y poner en marcha Protocolo.

bao, Vigo, Jaén y Almería, que se sumarán a los que ya posee en Zaragoza, Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Murcia, Córdoba, Jerez de la Frontera, Alicante y Palmas de Gran Canaria. Tal y como afirma el director de la compañía, "el objetivo es abrir 10 nuevas tiendas en los próximos cinco años" hasta alcanzar los 24 puntos de venta dentro del territorio nacional.

La empresa, con una facturación de dos millones de euros, apuesta por la diversificación de la actividad con el lanzamiento del cava Protocolo, que ya se vende en algunos establecimientos hoteleros de Londres. Forcada avanza que quiere comercializar este vino espumoso en otros países a través de tiendas para los clientes.

Electrónica Ara será distribuidor de Tecnotrans Bonfiglioli

Ambas compañías alcanzan un acuerdo de colaboración

E. S. ZARAGOZA.

La empresa aragonesa Electrónica Ara, especializada en el sector de la automatización en las diferentes tipologías industriales, y Tecnotrans Bonfiglioli, dedicada a la fabricación y venta de reproductores de velocidad, convertidores de frecuencia e inversores solares fotovoltaicos, han alcanzado un acuerdo. A partir de ahora Electrónica Ara se convertirá en distribuidor especializado de los productos de la firma perteneciente al Grupo Bonfiglioli.

En concreto, este acuerdo de distribución centrará su aplicación en el ámbito territorial de la comunidad aragonesa y abarcará los productos de la división *Mechatronic Drives & Solutions* de Tecnotrans Bonfiglioli. Dentro de ésta categoría se hallan productos como los convertidores de frecuencia y arrancadores para control de motores, inversores regenerativos para aplicaciones industriales y energías renovables o servomotores síncronos, entre otros. También figuran inductancias y resistencias de frenado, filtros de red o reductores de bajo juego.

Relación con los clientes

Con este acuerdo de colaboración, Tecnotrans Bonfiglioli aumentará su presencia en Aragón. Un paso que se enmarca dentro de la estrategia de la empresa de mejorar su relación con los clientes, para lo que está creando una red de distribución especializada que esté formada por colaboradores y *partners* para apoyar a los clientes durante todo el proceso de desarrollo de sus proyectos.

El textil aragonés crece de la mano de las exportaciones

Las ventas al exterior aumentan en un 17 por ciento en el último año

E. S. ZARAGOZA.

El sector del textil, confección y calzado en Aragón ha aumentado sus exportaciones en un 17,46 por ciento en 2012 en relación al anterior ejercicio y ha alcanzado una factu-

ración de 727 millones de euros. Un crecimiento que ha sido posible "porque las empresas del sector de la moda han fortalecido su presencia en el mercado exterior. Hoy en día no tiene cabida una empresa de moda que no sea internacional", explica Bartolomé Arranz, secretario general de la Federación de Industrias Textiles y de la Confección de Aragón (Fitca).

Las principales exportaciones del sector se han dirigido a países eu-

ropeos "porque es un mercado natural", así como a América Latina y países como México y Estados Unidos.

Caída del mercado nacional

Los mercados exteriores, que Fitca aborda con las empresas en colaboración con Aragón Exterior y Cámara de Comercio de Zaragoza, seguirán siendo decisivos para este año en el que "vamos a seccionar los sectores como prenda laboral,

piel... con el fin de focalizar las acciones y acompañar a las empresas con sus particularidades a países como los del Este o Estados Unidos" afirma Arranz. Entre los países que serán objetivo para 2013 figuran principalmente Kazajistán, Uzbequistán, China y los de América Latina. Además, según se recoge en el Plan de Acción de Fitca 2013, se incidirá en seguir potenciando la internacionalización de las marcas de moda aragonesas.

El aumento de las exportaciones ha permitido hacer frente a la caída generalizada del mercado nacional del orden del 30 por ciento. Las 420 empresas del sector, que emplean a 9.500 personas, prevén cerrar el ejercicio con una facturación global de 1.575 millones de euros. El sector también se está impulsando desde Fitca con otras iniciativas, como la puesta en marcha del Centro de Excelencia de la Moda (CEM).

Excelencia Empresarial G.H.

Remitido

Andrés Contreras Director Comercial General del Grupo Bestseller

“Una empresa de moda tiene que estar innovando continuamente”

BESTSELLER, fundada en Dinamarca en el año 1975 por Troels Holch Povlsen, es a día de hoy una de las principales empresas textiles a nivel mundial. Propietaria de marcas como JACK & JONES, VERO MODA y ONLY, la multinacional tiene actualmente presencia en 50 países en Norte América, Europa, Oriente Medio y Asia.

¿Cuáles son las características principales del grupo Bestseller?

La filosofía de Bestseller ha sido desde el primer día y hasta el día de hoy ofrecer al consumidor las últimas tendencias a un precio razonable. Seguimos apostando por una doble experiencia en tienda de cara al consumidor: que la última colección sea todo un éxito y que cuando levante la etiqueta el precio supere sus expectativas.

¿Cuáles son las marcas que comercializan y a qué públicos se dirigen?

En España comercializamos las marcas JACK & JONES y SELECTED, orientadas al consumidor masculino, VERO MODA, ONLY y VILA enfocadas a la mujer, PIECES es nuestra marca de accesorios, OUTFITTERS NATION para los adolescentes y NAMEIT es la marca infantil del grupo.

¿Y en qué mercados están presentes?

A día de hoy vendemos nuestros productos en más de 50 países. En los países escandinavos, Bestseller ocupa los primeros puestos en la distribución textil y en el resto de Europa el grupo se ha consolidado como una de las principales empresas del sector. En China, Bestseller es el retailer de moda más importante tanto por número de tiendas como por volumen de negocio. Sólo en este país la empresa gestiona un total de 5.100 tiendas de JACK & JONES, ONLY, VERO MODA y SELECTED en las principales calles y centros comerciales de más de 300 ciudades. Con Headquarter en Beijing, la empresa emplea sólo en China a más de 35.000 personas. A nivel mundial, Bestseller comercializa a través de 7.900 tiendas propias y franquiciadas, de las cuales 450 se abrieron el año pasado. Pero, a diferencia de otras grandes empresas de moda, el consumi-



dor también puede comprar nuestros productos en las principales tiendas multimarca de toda Europa. Esto incluye a los grandes almacenes más importantes de cada país, como El Corte Inglés, Coinen Italia o House Of Fraser en Gran Bretaña.

Por otro lado, y siguiendo las tendencias actuales de venta online, comercializamos a través de nuestra propia página web y también a través de los principales operadores como Zalando o

Asos. De este último, Bestseller es el principal accionista.

Centrándonos en España, ¿de cuántos puntos de venta estamos hablando?

El grupo comenzó sus operaciones con sede central en Málaga en el año 1997. Desde aquí dirigimos nuestro negocio para los mercados de España, Portugal y África. Además de nuestra oficina de Málaga, contamos con oficinas comerciales en Madrid, Barcelona, Bilbao y Vigo.

¿Cuál sería el slogan o frase que resumiría la filosofía de la compañía?

Durante todos estos años y a pesar del crecimiento de la empresa, Bestseller nunca ha perdido el carácter familiar con el que empezó. De hecho, nuestro eslogan es: Un Mundo, Una Filosofía, Una Familia. Este sentimiento de familia es la esencia de la empresa, donde se promueven valores como la confianza, la honestidad y el trabajo en equipo.

¿Qué debe tener en cuenta el consumidor a la hora de escoger ante la feroz oferta de marcas que reúne el mercado de la moda?

En la actualidad, los consumidores son más sensibles al precio, y esto es totalmente comprensible. Pero el precio no lo es todo. El consumidor español está más informado que nunca sobre tendencias, así que ofrecer la última moda a precios razonables es esencial.

¿Cuál es el próximo proyecto de Bestseller en España?

En realidad estamos trabajando en varios. En mi opinión, una empresa de moda tiene que estar innovando continuamente y explorando nuevas oportunidades de negocio, ya sea a nivel de canales de distribución, expansión o lanzamiento de nuevos productos y marcas. Por un lado, desde España tenemos la gran oportunidad de dirigir la expansión que estamos llevando a cabo en Latinoamérica. Ya estamos comercializando nuestras marcas en Chile y pronto daremos el salto a otros países del continente. También estamos inmersos en un gran proyecto en Sudáfrica. En JACK & JONES, seguimos abriendo tiendas en los centros comerciales y calles más importantes del país. En lo que se refiere a nuestras operaciones en El Corte Inglés, con los que mantenemos una estrecha colaboración, tenemos previsto seguir inaugurando corners de todas nuestras marcas (en este último año hemos abierto 82 nuevos in-shops). A medio plazo, está en nuestros planes crear una cadena de tiendas propias para nuestras marcas VERO MODA y ONLY.

En España, contamos con una red de 3.000 puntos de venta multimarca, y 202 espacios en El Corte Inglés de todas nuestras marcas. Además, en el caso de JACK & JONES se ha construido una cadena de 112 tiendas en las principales ciudades de todo el país.

JACK AND JONES está adquiriendo una popularidad destacable. ¿A qué cree que es debida su aceptación por parte del consumidor?

JACK & JONES es una marca que ofrece al consumidor las últimas tendencias, con un producto de mucha calidad a precios accesibles. El jeans, categoría principal, no tiene nada que envidiarle a las principales marcas denim a nivel mundial. El concepto y el público al que vamos dirigidos está muy definido y esto hace que el consumidor se sienta identificado con la marca y sea fiel a ella. La implantación del producto y el servicio al cliente son también aspectos muy importantes en el día a día.



Residencia para el cuidado de personas mayores ubicada en la ciudad de Vigo de Geriatros. XURXO LOBATO

MANTIENE SU ESTRATEGIA DE CRECER EN ESPAÑA

El grupo Geriatros aumenta su facturación un 40%

La empresa se ha situado como la séptima española más importante en la atención a las personas mayores

Ruth Lodeiro SANTIAGO DE COMPOSTELA.

Geriatros, especializada en la atención a los mayores, se ha situado como la séptima empresa más importante del sector en España por facturación, con 56 millones de euros, un 40 por ciento más que el ejercicio anterior.

De esta manera, y a pesar de la coyuntura económica desfavorable, sigue su estrategia de crecimiento con el objetivo de colocarse entre las cinco primeras firmas del país en la actividad de atención a los mayores.

Según el ranking elaborado por la publicación especializada *Sanmarket*, que compara los resultados de los 302 grupos geriátricos más significativos del país, Geriatros ya es la séptima empresa por volumen de facturación y la sexta

por número de camas operativas en sus residencias.

Atención integral al mayor

La empresa, surgida en Galicia y cuya sede social está en Vigo, continúa con su línea de crecimiento por toda España y en la actualidad ofrece 3.766 camas residenciales frente a las 3.417 de que disponía en el pasado ejercicio. A corto plazo incrementará esta oferta con las 180 nuevas plazas que tendrá disponibles a principios de 2013 en la provincia de Sevilla, donde se abrirá una nueva residencia.

Geriatros, con el apoyo del fondo de inversión Magnum Capital en el accionariado, busca reforzar su posición en los mercados socio-sanitarios con la incorporación de nuevos centros y unidades de negocio. Entre sus objetivos figuran

potenciar la atención integral al mayor aumentando sus unidades de servicio de ayuda a domicilio, así como el desarrollo de otros servicios, como la atención de enfermos crónicos y personas con discapacidad psíquica.

La plantilla de profesionales de Geriatros supera los 2.100 trabajadores y dispone de 22 residencias en Galicia, nueve en la provincia de A Coruña, seis en la de Pontevedra, cuatro en la de Ourense y tres en la de Lugo; así como tres en Madrid, una en Andalucía y otra en Canarias. Hay que sumar 16 centros de día en la Comunidad gallega, tres en Madrid y uno en Canarias.

Para febrero está prevista la apertura de la Residencia Geriatros en Alcalá de Guadaíra, en la provincia sevillana, tras una inversión de 10 millones de euros.

Los profesionales del marketing se agrupan para dar valor al sector

Han configurado una plataforma con el fin de establecer sinergias entre los profesionales

R. L. SANTIAGO DE COMPOSTELA.

Los profesionales del marketing de Galicia han dado el paso para unir fuerzas y agruparse con el fin de mejorar la función de su sector y darle valor.

Bajo la denominación de *Markea-Asociación Galega de Marketing* (www.markea.es) se configura una plataforma que nace aglutinando a 30 especialistas de destacadas empresas.

La iniciativa surge para responder a la necesidad de darle visibilidad al sector y poner en contacto y conocimiento a los profesionales del marketing, así como para buscar un espacio en el que compartir experiencias y aunar sinergias.

La plataforma, que estará presidida por José Luis Reza, tiene entre sus prioridades dar a conocer a la sociedad cuáles son las funciones del marketing, el valor que aporta esta actividad y lo que puede llegar a contribuir.

La junta directiva estará compuesta por 14 miembros en representación de las cuatro provincias gallegas y Jorge Pallarés será el secretario general de esta nueva plataforma. La intención es diversificar las actividades por todas las ciudades de la comunidad autónoma.

Markea ha sido inscrita en el registro de la Xunta de Galicia el pasado mes de octubre y en estos primeros meses de puesta en funcionamiento ya se han incorporado 30 socios, todos ellos responsables de marketing en destacadas empresas de Galicia.

A pesar de reconocer que ésta

no es la primera iniciativa de este tipo que surge en España, sus impulsores han manifestado su intención de ser innovadores.

La estrategia que llevan a cabo se basa en la potencialidad de Galicia a pesar de que el marketing no ha se configurado nunca como una de las patas importantes del tejido empresarial gallego. Aunque es una asociación de personas independientes, todos sus fines conducen a la mejora empresarial, por lo que cuenta con la colaboración de empresas e instituciones, que podrán participar en sus actividades de diferentes formas.

Sector del gran consumo

En la presentación de Markea, los responsables del proyecto también informaron de su primer socio de honor, Eduardo Baeza, veterano profesional del marketing, de raíces gallegas, que desarrolló su carrera profesional en multinacionales como Procter & Gamble, quien agradeció su mención y reafirmó la apuesta por difun-

30
SOCIOS

Especialistas de empresas de marketing son los que integran la plataforma Markea.

dir el marketing de los profesionales gallegos.

La entidad engloba a una amplia representación de profesionales de empresas del sector del gran consumo, como Vegalsa, en el sector de la distribución alimentaria; Estrella Galicia, en cervezas; Ingapan, en panadería y pastelería; Rías Baixas y Martín Códax, en vinos; Aguas de Mondariz, en aguas; Feiraco, en la rama láctea, o Arenal, en perfumerías.

El 70% de autónomos carece de formación preventiva

Así se desprende de un estudio realizado entre 250 autónomos

R. L. SANTIAGO DE COMPOSTELA.

Sólo tres de cada diez autónomos gallegos cuentan con algún nivel formativo en materia preventiva. Así se recoge en el estudio *Diagnóstico y evaluación de la gestión preven-*

tiva en autónomos con asalariados a su cargo, elaborado por la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA) en Galicia y presentado por su presidente, Rafael Granados.

Necesidades de formación

El trabajo, en el que ha colaborado también la Administración autonómica, concluye que el 71 por ciento de los autónomos carece de formación en esta materia y que los cursos que se ofrecen se ajustan po-

co a las necesidades de formación del colectivo, lo que afirmaron el 74 por ciento de los consultados.

Por otra parte, ocho de cada diez autónomos no tiene cubiertas las contingencias por incapacidad temporal de carácter profesional. Dos de cada tres consideran que las prestaciones que ofrecen los servicios de prevención ajenos a los trabajadores autónomos para gestionar la actividad preventiva no son adecuadas.

La encuesta, realizada entre 250 autónomos, tiene como objetivo conseguir un instrumento base para analizar la situación en materia de prevención de riesgos laborales y detectar las necesidades de formación, así como para aplicar las medidas preventivas pertinentes. Entre los consultados, casi la mitad pertenecen a la actividad del comercio; el 30 por ciento a la de la hostelería; un 13 por ciento a otros servicios personales, y casi un 9 por

ciento a las relacionadas con tareas administrativas de oficina y otras auxiliares.

Si se tiene en cuenta la distribución por provincias, la mayoritaria fue la de A Coruña, que concentró el 41 por ciento del total; seguida de la de Pontevedra, con un 34 por ciento. Por número de empleados, un 88 por ciento tenía entre uno y cinco asalariados; un 49 por ciento uno o dos y un 39 por ciento tenía de tres a cinco.

Excelencia Empresarial G.H.

Remitido

Òscar Pujol Director de Exportación de Pujol Iluminación S.L.

“Fabricar en España es una ventaja para nuestros clientes”

Pujol Iluminación es una empresa familiar dedicada a la fabricación de aparatos decorativos para la iluminación interior. Hablamos con Òscar Pujol, Director de Exportación de la compañía, para conocer cuál es su filosofía de trabajo.

¿Cuáles son los orígenes de Pujol Iluminación?

La empresa se creó en el año 1978 como una iniciativa familiar que pretendía abrirse paso en el sector de la iluminación. Poco a poco fue lográndolo y hoy en día nuestros productos están presentes en más de 40 países de todo el mundo.



¿Cuál es la estructura de la empresa?

En Pujol Iluminación trabaja un equipo de 35 personas. Somos una empresa pequeña, pero con la experiencia y el conocimiento del sector idóneos para consolidarnos en el sector. Piense, por ejemplo, que empezamos a exportar nuestros productos hace veinte años, cuando la mayoría de las empresas del sector se nutrían de un mercado nacional fuerte. Hoy



se ha demostrado que aquella fue una decisión acertada, puesto que la exportación representa entre el 65 y el 70%.

¿Cómo definiría la filosofía de trabajo de Pujol Iluminación?

Hay varios aspectos que nos definen. El primero de ellos es que diseñamos y producimos todos nuestros productos en nuestra planta de Sant

Feliu de Llobregat, lo que nos confiere muchas ventajas frente a quienes importan el producto. Para empezar, podemos producir piezas a la medida de las necesidades de nuestros clientes, y hacerlo en un plazo de tiempo competitivo y con una magnífica relación calidad-precio. Esa proximidad nos permite también ofrecer un buen servicio posventa y de mantenimiento, incluso si han transcurrido algunos años desde la fabricación del producto.

¿Piezas a medida?

Así es. El mercado ha experimentado también algunos cambios, y aunque seguimos trabajando para la tienda de iluminación que se nutre de nuestro catálogo estándar, el grueso de nuestro negocio se centra en clientes que necesitan productos a medida. Me refiero a los proyectos (el llamado contract), a las empresas fabricantes de accesorios de baño, muebles o muebles de cocina e incluso a otros fabricantes de iluminación que no tienen nuestra capacidad para producir según qué elementos.



¿Cuáles son los retos de futuro de Pujol Iluminación?

El futuro pasa por la expansión internacional. Como le decía, ya estamos presentes en más de 40 países, fundamentalmente de Europa (Alemania, es nuestro principal cliente), pero estamos ya en conversaciones para incrementar nuestra actividad exterior en Latinoamérica (Chile, Colombia, Perú, Brasil...), en el Sudeste asiático, Oriente Medio y el Magreb, sin olvidar tampoco los países del este de Europa, cuyo potencial es muy grande. A nivel de producto seguiremos especializados en iluminación decorativa interior, con gamas completas que incluyen apliques, sobremesas, plafones, pies de salón o colgantes y que tienen el aval de haber sido concebidos y fabricados en Europa.

José Pedro Navarrete director de IntelLince

“Gestionamos cualquier proyecto de ecommerce de forma integral”

IntelLince, fundada en 2010, es una empresa especializada en proveer servicios integrales de comercio electrónico para fabricantes y distribuidores de todo tipo de productos. Para conocer con más detalle en qué consiste su oferta, hablamos con José Pedro Navarrete, Director de IntelLince.

¿Cuándo nació IntelLince?

Tras un tiempo de gestación del proyecto, la empresa se constituyó a finales de 2009 y comenzó a ope-

rar en 2010. Desde el principio apostamos por configurar una serie de servicios pensados para ayudar a aquellos clientes a aprovechar Internet como medio para incrementar sus ventas.

Y esos servicios son...

Cualquiera que se enmarque dentro de las necesidades del comercio electrónico. Y ahí incluimos desde el desarrollo web a la gestión de la tienda online, pasando por la de la base de datos de

productos, la integración de éstas con los almacenes, el marketing online, los servicios de atención al cliente, la estrategia de social media, los servicios de fulfillment... La intención es que los fabricantes o distribuidores que quieran poner en marcha una tienda online puedan delegar en IntelLince todo el proyecto con las máximas garantías y nos consideren como un departamento externo de su organización.

¿De cualquier sector de actividad?

Así es. Uno de los secretos de nuestra versatilidad es que la plataforma tecnológica que empleamos es de desarrollo propio, de manera que podemos ofrecer servicios a empresas de cualquier sector, creando la infraestructura que mejor se adapte a cada situación.

¿En qué ámbito está trabajando IntelLince?

Hoy estamos trabajando de forma natural en la Península Ibérica

IntelLince



y en la Unión Europea. Ofrecemos nuestros servicios en español, inglés, francés, portugués, alemán e italiano, de manera que podemos decir que no tenemos prácticamente fronteras. La intención a medio plazo es dar el salto también a Iberoamérica.

¿Ese es el reto de futuro de la empresa?

Uno de ellos, aunque lo que realmente queremos es convertirnos en líderes en la generación de valor para nuestros clientes mediante medios online. Para ello queremos que las empresas

vean en IntelLince tres aspectos que realmente nos diferencian de nuestros competidores. El primero de ellos es una magnífica relación calidad-precio, puesto que tenemos la estructura y la capacidad para abaratar el producto sin comprometer la calidad. El segundo gran aspecto es que ofrecemos una atención al cliente de primer nivel y a través de todas las vías posibles. Por último, nuestra tecnología permite lograr un proceso de compra muy simplificado y rápido, algo que los consumidores valoran y que mejora los niveles de venta.

Una empresa versátil

Dos buenos ejemplos de la versatilidad de IntelLince los encontramos en Prostudio360 (<http://prostudio360.es/>), una tienda online especializada en la venta de equipos y accesorios de fotografía y vídeo para estudios profesionales, y en Kokobaby (<http://kokobabycompany.com/>), una empresa dedicada a la venta online de pañales y accesorios para bebés. IntelLince se ocupa de la gestión integral de esos proyectos, lo que da una idea de la capacidad de su equipo técnico y humano.



Las Palmas está trabajando para llegar a convertirse en el 'Singapur de África'

El Cabildo de Gran Canaria impulsa el conocimiento de las Islas como sede de empresas en África

J. Luis Jiménez LAS PALMAS.

Viviendas de calidad a bajo precio, seguridad para las familias, sanidad para los trabajadores, educación, playas, ocio y corta distancia a África. Esta es la receta que Canarias está moviendo entre empresas internacionales para que ubiquen en las Islas sus sedes a efectos fiscales y para que los directivos ubiquen a sus familias.

Aunque Mauritania es un país excelente para vivir, las empresas prefieren cerrar sus acuerdos en suelo europeo y es ahí donde entra el territorio más próximo y mejor conectado por avión: Gran Canaria. Por el momento, la isla ya tiene a 80 empleados de la multinacional canadiense Kinross. En cola, Glencore y Xstrata, que ya están con los trámites.

De lunes a jueves por la tarde se trabaja en África. De viernes a domingo, a Las Palmas con la familia. Además de los incentivos fiscales del Archipiélago como la Zona Especial Canaria (ZEC), la ciudad de Las Palmas se va colocando en el pelotón de urbes que aspiran a ser el *Singapur de África*. Así lo apunta Patrick Hickey, delegado de la minera Kinross que gestiona el yacimiento de oro de Tasiat, que admite que antes de Las Palmas analizó la posibilidad de ubicar la sede en Tenerife, Londres y Sur de Marruecos.

Importancia de Kinross

La presencia de Kinross se ha hecho con el apoyo del Cabildo de Gran Canaria cuyo presidente, José Miguel Bravo de Laguna, viaja en breve a Senegal para seguir impulsando la presencia insular en este escenario de acoger servicios que se pueden prestar desde la Isla a empresas extranjeras en el



Imagen de la mina de oro al aire libre de Kinross en Mauritania. EE

continente africano. Canarias no tiene oro, pero es la quinta economía africana superando incluso a Angola en términos de PIB. La presencia de Kinross ha despertado a otras sociedades como Telefónica, que ha comenzado a ubicar en Gran Canaria su sede para centros de llamadas internacionales o empresas del sector del transporte de Noruega.

Al igual que Kinross, otras empresas mineras como Glencore ultimán su implantación en España a través de Gran Canaria, que ya es en estos momentos punto de paso obligatorio para reparaciones y puestas a punto de plataformas petrolíferas.

La mayor parte de estas empresas que se instalan en Gran Canaria tienen una particularidad: y es que lo hacen con discreción total

Una oferta de ocio, sanidad y educación

Las Palmas se va colocando como una de las principales urbes que aspira a ser el *Singapur de África*. Para que las empresas internacionales ubiquen en las Islas sus sedes, Canarias está ofreciendo viviendas de calidad a bajo precio, seguridad para las familias, sanidad para los trabajadores, educación, playas, ocio y corta distancia a África. Estas son algunas de las recetas que en estos momentos se ofrece desde las Islas.

precisamente para evitar que las autoridades africanas se sientan molestas por no llevar a sus dominios a sus familias.

El embajador norteamericano Jo Ellen Powell recuerda que la mina Tasiat inició operaciones en 2007 y está atrayendo importantes inversiones de Estados Unidos. Ya es la mayor operación de este tipo en Mauritania, que se convertirá en la mina de oro más grande de África y posiblemente del mundo.

Las reservas de oro que tiene Kinross en Mauritania suman unos 20 millones de onzas. La inversión prevista es de 3.500 millones de dólares y espera producir 8.000 puestos de empleo.

De hecho, hay canarios trabajando en Mauritania vendiendo servicios o ejecutando trabajos en la zona. Este hecho ha compensado los

problemas laborales de las Islas por el descenso de la construcción.

La presencia de Kinross se ha hecho con el apoyo del Cabildo de Gran Canaria cuyo presidente, José Miguel Bravo de Laguna, viaja precisamente este mes de enero a Senegal para seguir impulsando la presencia insular en este escenario de acoger servicios que se pueden prestar desde la Isla a empresas extranjeras en el continente africano.

Otras empresas

Xstrata, propietaria de Asturiana de Zinc, está culminando planes de ubicación en Gran Canaria para dar cobertura jurídica a sus actividades en África occidental.

Xstrata sigue la estela de Kinross que, en todo el proceso de ubicación en Canarias, ha mantenido una discreción industrial.

La empresa tiene un proyecto en Guelb Aouj, en el norte de Mauritania, de más de 3.000 millones de euros para conseguir una producción de 20 millones de toneladas anuales de mineral de hierro. Xstrata ya tiene presencia en Mauritania con tres explotaciones con reservas de mineral para más de cincuenta años.

Parte del oro que sale de Mauritania pasa por Canarias. Así, en 2012 Suiza fue el segundo país de destino de exportaciones desde Canarias por el incremento en las exportaciones de oro o productos compuestos de oro.

Suiza se sitúa como principal país comprador de esta mercancía, con el 86,5 por ciento del total. Otros de los mercados donde Canarias vende productos son en primer lugar Suiza, seguida de Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Francia, Mauritania, Hong-Kong, Panamá y Guinea Ecuatorial, entre otros estados.

Primera planta de descontaminación de gases del mundo

La empresa E-Waste Canarias la inaugurará este año en Tenerife

J. L. J. LAS PALMAS.

E-Waste Canarias, constituida por empresas del reciclaje, tiene previsto inaugurar este año en Tenerife la primera planta del mundo de tratamiento y descontaminación de

gases y refrigerantes que permita reutilizar la solución ácida de los gases en la industria textil y química. La compañía explica que la novedad de esta planta estará en la valorización de los gases refrigerantes de los aparatos eléctricos y electrónicos que llegan a la planta, lo que permitirá obtener una solución ácida de los gases que permita reutilizarlos.

E-Waste gestiona desde 2011 la única planta de Canarias de reci-

claje de aparatos eléctricos y electrónicos, situada en Arico. En las instalaciones se tratan anualmente 60.000 frigoríficos, por lo que se evita que estos aparatos contaminen el equivalente a los gases que provocan efecto invernadero de 60.000 coches.

Inversión del proyecto

E-Waste sostiene un porcentaje de descontaminación superior al 99 por ciento gracias a que es "la plan-

ta más moderna de Europa" y fue realizada con tecnología alemana.

Aunque en Canarias se recicla el 20 por ciento de estos aparatos, la financiación de la empresa depende en un 40 por ciento de la venta de los materiales que obtienen a las industrias, mientras que el otro 60 por ciento corresponde a la tasa que deben pagar los fabricantes para el reciclaje de los productos.

La empresa ha invertido seis millones de euros en 5.300 metros cua-

drados de superficie.

El proyecto de E-Waste tiene capacidad para tratar 97 tipos de residuos englobados dentro de varias categorías: electrodomésticos, equipos de informática y telecomunicaciones, aparatos electrónicos de consumo, aparatos de alumbrado, herramientas eléctricas y electrónicas, juguetes o equipos deportivos y de tiempo libre, aparatos médicos, instrumentos de vigilancia y control, y máquinas expendedoras.

Excelencia Empresarial G.H.

Remitido

Jordi Bernadó Director de 234Plata.com

“Partimos de la idea de ofrecer a nuestros clientes artículos singulares”

En la tienda online disponible en 234Plata.com, ofrecen exclusivamente joyas de plata, contando con multitud de variedad en cuanto a estilos y precios en collantes, collares, anillos y pulseras.

Tengo entendido que no sólo venden online ¿no?

234Plata cuenta con una expe-

riencia en el sector de más de 25 años, y en 2012 hemos decidido apostar por el mundo online, en donde todavía no hemos cumplido un año.

En este año de presencia en la red ¿Qué balance haría?

Siempre hemos pensado que nuestra presencia en Internet no



“La filosofía que pretendemos aplicar es muy clara: ESCUCHAR, PARTICIPAR y APRENDER”

sólo tendría un enfoque hacia un canal de venta online. Desde el inicio estamos trabajando muy activamente el Social Media, considerándolo un eje estratégico para el desarrollo de la marca y negocio de cara a los próximos años. La filosofía que pretendemos aplicar es muy clara: ESCUCHAR, PARTICIPAR y APRENDER, son actitudes que tienen que estar presentes en el desarrollo de dicha estrategia. Creo que el papel que puede jugar una estrategia de este tipo, es de lo más amplio, pudiendo ser clave, tanto en el posicionamiento de la marca como en la relación del día a día con nuestros clientes.



Hablando de clientes ¿A qué perfil se dirigen?

Intentamos ofrecer un solo producto (joyas en plata de ley), en todas las posibilidades, piezas de varios acabados, colecciones diferentes, para distintas edades y gustos. Todo ello con precios muy competitivos ya que, el hecho de proceder del sector mayorista lo hace posible.

¿En qué tipo de joyas se han especializado? ¿Cuál es su estrategia de venta?

Nos especializamos en productos en plata de ley, tales como anillos, pulseras, pendientes, collares y collantes.

Partimos de la idea de ofrecer a nuestros clientes artículos singulares, en las tiendas se pueden encontrar un gran variedad y siempre con precios muy interesantes. Esta estrategia es la que queremos trasladar a

234plata.com, que por el momento no cuenta con la misma variedad que las tiendas, donde fácilmente se superan las 1.500 referencias.

En el futuro apuestan por...

Seguir ofreciendo gran variedad a buen precio, ir ampliando la oferta. Apostamos por la especialización, no queremos ofrecer otros artículos, sino sólo uno, pero ofrecerlo extensamente.

Nos preocupa mejorar la experiencia y satisfacción de nuestros clientes. Creemos importantes cuestiones como la forma en la que los envíos lleguen seguros y más rápidos, un packaging que marque diferencia, nuevos formatos de pagos, campañas y promociones específicas, visibilidad en Internet (motores de búsqueda, blogs, prensa online), amplitud de oferta, vocación de atención al cliente, buen servicio y, cómo no, usabilidad.

Delecta Aurum

Arte, lujo y exclusividad para tus clientes

Distribuidora oficial para España y Portugal de productos en exclusiva para el sector del lujo, Delecta Aurum busca en el mercado ideas innovadoras y muy selectas capaces de satisfacer a un perfil de cliente muy exigente. Los perfumes-joya de Ramón Molvizar y las carcasas en oro, plata y platino para Iphone 5 de Umberto Bellini son sus dos grandes propuestas.

Si buscas diferenciarte en tu sector y llegar a un público muy selecto, Delecta Aurum pone a tu alcance una gama de artículos con los que podrás conseguirlo. Esta joven empresa apuesta por dar a conocer en exclusiva, a profesionales y establecimientos especializados, los productos más exquisitos y originales que puedan existir en el sector de la joyería. No se conforma con lo convencional: selecciona para su dis-

tribución lo mejor del mercado nacional e internacional. Arte, lujo y exclusividad son las palabras que definen sus criterios de selección.

Su equipo, muy organizado y efectivo, es el encargado de hacer posible la distribución de sus marcas, ofreciendo igualmente exclusividad a sus clientes por zonas. Ramón Molvizar y Umberto Bellini son dos de las firmas que distribuye. Delecta Aurum próximamente distribuirá un producto nuevo se trata de oro comestible pensado para dar un toque de elegancia a los platos más exquisitos.

Perfumes-joya de Ramón Molvizar

Pretigioso perfumista, Ramón Molvizar ha creado una colección de perfumes-joya reconocidos a nivel mundial. Su nueva línea Gold Collection representa el arte del perfumista

llevado a su extremo, la creación de una obra maestra...

Cada uno de los perfumes de su Gold Collection es capaz de deleitar los sentidos olfativos más sibaritas y exigentes, atesorando un canon de originalidad y un lujo aromático exquisito, que va más allá de la alta perfumería.

Sus sofisticadas fragancias, repletas de matices, se elaboran con partículas de oro puro y se inspiran en la naturaleza vegetal.

Todos los perfumes Ramón Molvizar son creaciones de gran persistencia y se presentan en frascos de cristal tallado, con diseño y moldes propios. El oro se pulveriza junto con la esencia, creando en un singular efecto perfume-joya.

Umberto Bellini, joyería para Iphone 5

La elegancia italiana y el gusto por el refinamiento y los tra-



Fotos Hotel Augusta, Estilista Headworks, Vestuario Etimoe, zapatos Cherry Heel, Modelo Ivan Llopert y Ana Jiménez, Fotógrafo www.javierlorite.com, maquilladora Victoria Zalla

zos finos se reflejan a la perfección en la línea de fundas para Iphone 5 que ha creado el arquitecto y diseñador de joyas Umberto Bellini: alta joyería para dispositivos móviles.

Todas sus fundas se fabrican

en Francia siguiendo las técnicas de la joyería tradicional y en metales preciosos: plata de 925 milésimas, oro de 18 quilates o platino de 950 milésimas. El arte de la elegancia para vestir una joya de la tecnología.

Madrid



Una nueva plataforma para acceder al difícil mercado laboral

Dos emprendedoras desarrollan un programa para recién graduados

Esther Porta MADRID.

Durante el curso 2010/2011, el número de graduados universitarios se situó por encima de los 197.000, pero el 92 por ciento de estos jóvenes españoles no ha trabajado nunca en el extranjero. Y casi cinco de cada 10 jóvenes españoles están desempleados al terminar sus estudios.

Conscientes de esta realidad, las emprendedoras Adelaida Careaga y Carmen Guzmán –ambas con una dilatada experiencia en RRHH y Desarrollo de Negocio y exempleadas de Barclays– han decidido emprender un nuevo negocio con nombre propio: Global Talent Group (www.tanlejoscomoquieras.es). “En nuestra empresa consideramos que lo que necesitan los recién graduados no es más formación en aula, sino un Programa de Postgrado que les de la oportunidad de desarrollar un trabajo real, en una empresa real, pero de una manera muy tutelada para que puedan desarrollar su mejor talento y enfocar de la manera más adecuada su futuro profesional”. Así, los graduados que quieran optar a participar en su *International Talent Program* han de pasar un proceso de selección tras el cual, y si son admitidos, se elabora un programa a su medida que se lleva a la práctica en compañías líderes de su sector. “A través de diversas multinacionales con las que tenemos acuerdos y el continuo seguimiento mediante un completo sistema de *coaching* y *mentoring*, el recién graduado se forma durante un año en estas compañías. Según su perfil (ingeniero, ADE, etc.) son destinados a un departamento acorde con su titulación y habilidades, lo que denominamos *training room*. Pero, ojo, no es un trabajo de becario ni unas prácticas, en absoluto”.

¿Y en qué se diferencia este programa de otros máster tradiciona-



Carmen Guzmán y Adelaida Careaga, de Global Talent Group. GOODWILL

les? “Otros cuentan con una experiencia práctica que oscila en torno al 20 por ciento, los programas de Global Talent Group aportan hasta un 80 por ciento de tiempo de *training on the job*. Además, se trata de un programa personalizado ya que el alumno cuenta con un mentor dentro de la compañía que se asegura de que el programa se va cumpliendo y un *coach* que trabaja constantemente con el alumno y adapta su formación según necesite tra-

bajar más unas u otras habilidades”.

Shanghai, Beijing y Harbin son los primeros destinos para esta primera promoción de recién graduados que se incorporarán en marzo, pero “tenemos acuerdos para otros destinos que se irán ofreciendo en las próximas ediciones del programa”. El máster tiene una duración de 12 meses “que comienza con un proceso de selección cuyos resultados se utilizan para el análisis profundo del perfil profesional (competen-

cias y habilidades) del candidato y posterior análisis individual si el candidato es admitido en el programa. La primera parte del Programa se desarrolla de una manera intensiva en Madrid y Beijing (tres semanas) para dar paso a la segunda parte del programa que se lleva a cabo en una compañía asociada en la que el candidato trabajará en áreas que garanticen el desarrollo de esas competencias y habilidades. Así, no sólo se adquiere experiencia laboral, sino que se perfecciona el inglés de negocios”.

“A mitad de programa vienen a España durante dos semanas para pasar un periodo en el que el *coach* que les han asignado y el equipo de Global Talent chequea cómo está yendo su experiencia en esa compañía, pulir posibles carencias, analizar su evolución profesional... para tras este alto en el camino, volver a su *training room* seis meses más”.

Un programa ‘llave en mano’

Global Talent Group incluye en su programa todo lo que pueda necesitar alguien que se desplaza a un país que no conoce y cuya cultura es muy distinta: gestión de visas y permisos de estancia, alojamiento en apartamentos compartidos con otros participantes del programa, servicio de ‘puesta en marcha’ (contratación de línea de móvil, apertura de cuenta bancaria, tarjeta de contactos...), seguro médico, facilitación de clases de mandarín y contacto con un representante del programa en destino.

Ifema encara 2013 con fuerza tras un ejercicio muy satisfactorio

Ha celebrado 10 congresos, 24 ferias externas y 378 eventos

elEconomista MADRID.

La actividad congresual adquiere una creciente relevancia en la cuenta de resultados de Ifema, como se desprende de las cifras del ejercicio 2012. 260.457 personas han asistido a los diferentes eventos (378) y congresos (10), excluyendo las ferias externas (24). Estos datos confirman a este tipo de actividad como una línea sólida de negocio de Ifema, uno de los mayores centros de turismo de negocios, al tiempo que contribuyen a dinamizar la actividad económica de Madrid.

Grandes eventos internacionales han marcado el segundo semestre. Por un lado, *CPhi Worldwide 2012*, la gran feria internacional de la potente industria de ingredientes farmacéuticos. Asimismo, el pasado mes de noviembre, tuvo lugar el *Congreso SAP TechEd*, con la presencia de más de 10.000 congresistas. Otros encuentros relevantes celebrados han sido el *Congreso Nacio-*

26.000

PROFESIONALES

Y 1.700 empresas ocuparon nueve de los 12 pabellones de Ifema en el ‘CPhi Worldwide’.

nal de Medio Ambiente y la 46ª Reunión Nacional de la Sociedad Española de Periodoncia y Osteointegración.

En lo que se refiere a ferias de organización externa, Ifema ha cerrado el año con dos nuevas y exitosas convocatorias: *Madrid Horse Week Banco Sabadell* y la *Exposición de Coches y Motos de Ensueño*.

La Comunidad lidera el gasto autonómico en innovación

Invierte 5.344 millones de euros según datos del INE

elEconomista MADRID.

Aunque en muchos otros *rankings* vamos a la zaga, los madrileños pueden estar orgullosos de este resultado. A Madrid le sigue de lejos Cataluña, con 3.407 millones y País

Vasco, con 1.542 millones. Del total de España, la Comunidad de Madrid acapara el 36 por ciento del gasto en innovación tecnológica, con 3.526 empresas con actividades innovadoras en 2011.

En el periodo 2009-2011, según remarcó el Ejecutivo autonómico, el 33 por ciento de las empresas de más de 10 empleados de la Comunidad de Madrid, es decir, una de cada tres fueron innovadoras, con un total de 8.711 empresas. De ellas,

4.556 empresas introdujeron innovaciones tecnológicas, es decir, en el producto o en el proceso.

Del total de las empresas madrileñas, el 55 por ciento consideran que su producto es lo principal a la hora de invertir en innovación tecnológica, principalmente para darle una mayor calidad y para ampliar la gama de bienes y servicios que oferta la empresa.

Para el 45 por ciento es relevante innovar tecnológicamente para

mejorar el proceso, especialmente para obtener una mayor capacidad de producción o prestación de servicios y para obtener una mayor flexibilidad. Por último, el 22 por ciento de las empresas considera de gran importancia invertir en innovación tecnológica para mantener el empleo.

En el periodo 2009-2011, del conjunto de las empresas innovadoras, un total de 7.094 empresas introdujo innovaciones no tecnológicas,

es decir organizativas o de comercialización.

La mitad de las empresas de la región considera que los tres principales objetivos a la hora de innovar en la organización y en la comercialización es dar una mayor calidad de sus bienes y servicios (el 55 por ciento), aumentar la mejora de la cuota de mercado y reducir el periodo de respuesta a las necesidades de un cliente (49 por ciento).

Madrid



“Nuestra mayor satisfacción ha sido haber podido crear puestos de trabajo”

Una tienda ‘online’ de ropa infantil de segunda mano que crece como los niños

Esther Porta MADRID.

Daniel Bezares y Lourdes Ferrer recibieron una alegría doble hace cuatro años. Habían nacido sus gemelas. A la vez, descubrieron una gran verdad: todo el equipamiento que requiere un bebé son productos caros, que tienen una vida útil muy larga pero que finalmente se utilizan durante muy poco tiempo. “Nosotros compramos la silla de paseo de segunda mano para nuestras niñas y vimos que este era un mercado con mucho potencial”, cuenta Daniel.

“El nacimiento de nuestras hijas inspiró a mi mujer, Lourdes, para crear una colección de ropa para gemelos y mellizos y de ahí surgió la creación de una tienda online de productos específicos para gemelos y mellizos (www.tot-a-lot.com)”. Pero, como Lourdes es de partos múltiples, el proyecto de Tot-a-Lot pronto dio paso a Percentil: “La idea sobre la que subyace el negocio es simple: los niños crecen, la ropa no. De hecho, nuestro proyecto se llama Percentil, en relación a los percentiles de crecimiento de los niños. Compramos ropa casi nueva y, después de un meticuloso proceso de control de calidad, la vendemos a otros padres que buscan ropa de calidad para sus hijos a precios asequibles”.

El proyecto Percentil cuenta con tres socios fundadores (Lourdes Ferrer, Luis Ongil y Daniel Bezares). “Luis Ongil aportó el capital inicial necesario para realizar el estudio de mercado y los gastos de puesta en marcha. A partir de ahí, ya con el negocio operativo, cerramos una ronda de financiación de Friends & Family por valor de 100.000 euros que nos ha permitido poner en marcha la oficina, nuestro almacén y empezar a montar el equipo humano necesario para la puesta en marcha, así como el resto de inversiones y gastos iniciales”. “Hace unas semanas cerramos un préstamo participativo que nos ha concedido la Empresa Nacional de Innovación por valor de 75.000 euros, hemos cerrado una nueva ampliación de capital con nuestros antiguos inversores Friends & Family por cerca de 75.000 euros y estamos muy avanzados en una ronda con diferentes fondos de capi-



1. Daniel Bezares y Lourdes Ferrer. 2. Un vestido de Zara con PVP de 20€, cuesta en Percentil 6€. 3. La camisa de Tommy Hilfiger de segunda ‘puesta’ cuesta 11,40€ y su precio original es de 38€. 4. Vestido de Tuc Tuc de 29 € a 8,70€.

tal riesgo españoles especializados en negocios online para cerrar una ronda por valor de 450.000 euros”.

Antes de meterse de lleno en el proyecto hicieron un estudio del potencial del mercado español. Era una encuesta a 500 padres en España, con hijos entre 0 y 12 años. Algunas conclusiones fueron que el 78 por ciento compraría ropa de segunda mano para niños en una tienda online y un 64 por ciento vendería la ropa casi nueva de sus hijos. “Con estos datos sobre la mesa el tema tenía buena pinta”. Y así se pusieron en marcha. La cosa funcionó. No es para menos: es un sitio donde poder comprar ropa casi nueva de marcas reconocidas por su diseño y calidad, pero a precios un 70 por ciento más baratos de los que encuentras en una tienda. Recibes la ropa en tu casa en menos de 48 horas y puedes devolverla sin problema en caso de no estar satisfecho. Además, “también se puede vender la ropa que se va quedando pequeña

para ganar espacio en casa, ayudar a otros y al medioambiente y sacar un dinerito. Estamos comprando más de 3.000 prendas a la semana que nos llegan de todos los rincones de España. Pagamos alrededor de un 30 por ciento del precio al que nosotros vendemos la prenda con una transferencia bancaria pagando la ropa antes de venderla. La que no pasa nuestro filtro puedes recuperarla o la donamos directamente a Cáritas por ti”.

“El primer pedido entró el 5 de julio de 2012 aunque no estuvimos plenamente operativos hasta finales de septiembre”. Pero, como los niños, no paran de crecer: en septiembre facturaron casi 4.000 euros. En octubre, 12.000, y en noviembre cerca de 30.000 euros. Este crecimiento les ha permitido algo impensable hoy en España: contratar trabajadores. “A día de hoy ya tenemos a 15 personas en plantilla. Una de las mayores satisfacciones que hemos tenido es tener la posibilidad de crear puestos de trabajo en tan poco tiempo y en un entorno macroeconómico tan complicado”.

¿El futuro?: “Ampliar nuestra gama a ropa premamá, tronas, cunas, carritos... Y una vez asentado este modelo de negocio, se podría extender a segunda mano para adultos”.



Agenda

LUNES, 7

>>> Epifanía del Señor.

MARTES, 8

>>> Jesús María Sievers al piano interpretará una selección de piezas de Haydn, Franck, Brahms y Debussy. Museo del Romanticismo. San Mateo, 13. 19:00 horas. Gratuito con reserva previa (914 48 36 47).

MIÉRCOLES, 9

>>> Presentación del informe *El modelo de apoyo a la internacionalización de la empresa española: análisis y propuestas*. Sede del Instituto de Empresa Familiar. Pza. de la Independencia, 8. 10:30 horas.

La Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (Esade) presenta sus previsiones económicas para el 2013, marcadas todavía por la recesión. Mateo Inurria, 27. 10:30 horas.

La defensora del Pueblo, Soledad Becerril, presenta un documento sobre el papel de la mujer y el género en los conflictos, en el Centro Superior de Estudios de la Defensa Nacional (Ceseden). Pº de la Castellana, 61. 18:30 horas.

JUEVES, 10

>>> Telefónica presenta la tercera edición de su informe *La sociedad de la información en España* correspondiente a 2012. Espacio Fundación Telefónica, Fuen-carral, 3. 11:00 horas.

La ex alcaldesa de Lizarza, Regina Otaola presenta, junto al eurodiputado Jaime Mayor Oreja, su libro *El precio de la libertad. Testimonio político contra ETA*, en el que explica su experiencia como política en el País Vasco en los años más duros de la actividad de la banda terrorista. Universidad CEU San Pablo. Julián Romea, 23. 19:30 horas.

VIERNES, 11

>>> El Cine Estudio arranca el 2013 realizando una revisión de las principales películas que conformaron la vanguardia cinematográfica entre la década de los 20 y la de los 50. Unas cintas alejadas actualmente de los cauces comerciales pero que gracias a sus riesgos experimentales conformaron el asentamiento definitivo del lenguaje cinematográfico. Hoy, proyección de *Häxan (La brujería a través de los tiempos)*, *El gabinete del doctor Caligari* y *El Golem*. Círculo de Bellas Artes. Alcalá, 42. Desde las 17:00 horas.

Carlos Pizá SEVILLA.

Acaba de incorporarse a la junta directiva de la CEOE en representación de los jóvenes empresarios de Andalucía. Lo considera una oportunidad única para hacer un "máster práctico" de enorme valor.

¿Qué supone su nombramiento?

Pues eso mismo me pregunto yo. ¿Qué hago yo aquí con la que está cayendo? En este puesto representativo no cobro un duro y con mis empresas ya tengo un volumen de trabajo enorme. El domingo salí de casa y aún no he vuelto (la entrevista se realizó un jueves). Lo que valoro por encima de todo es que estar en la CEOE te permite hacer contactos, ver, oír y aprender muchísimo. Es un máster práctico.

¿Faltan empresarios jóvenes en las organizaciones patronales?

Por supuesto. Es importante que se integren más porque son el futuro de las patronales y cuanto más información y conocimiento tengan de su funcionamiento, mejor. Además, muchas veces falta frescura, te acomodas. A mí mismo me pasa. Hace falta la vitalidad del que entra, aunque sólo el 10 por ciento de lo que diga tenga realmente valor para la organización.

La CEOE se encamina hacia una profunda reforma, al tiempo que el ex-presidente ha sido encarcelado por posibles delitos graves. ¿Qué piensa de todo ello?

Lo que haga una persona no representa lo que hace el conjunto. Lo que tenemos que hacer los jóvenes empresarios es trasladar que hay un cambio profundo en la sociedad. Y que cuanto antes asumamos ese cambio, menos graves serán sus consecuencias. De todas formas, a los empresarios de base, los problemas de las patronales nos toca indirectamente porque el empresario está demonizado en España y esos problemas refuerzan este tópico. De hecho, aquí hemos empezado a usar la palabra emprendedor para no utilizar la de empresario.

“Es clave recortar gastos, pero sin dejar de innovar”



FERNANDO RUSO

José Cabrera

Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Andalucía

Personal: nace en Barcelona en 1973, se cría en Jaén y crea su primera empresa en 1995.

Carrera: inicia estudios de Publicidad y Marketing, pero no los termina ya que le absorbe su carrera empresarial.

Trayectoria: tiene empresas de impresión digital, energías renovables y eficiencia, y 'merchandising'. Preside AJE Andalucía desde 2008 y fue reelegido en 2011. A finales del pasado año entró en la junta directiva de la CEOE.

Al que está pensando en emprender, o al que ya lo ha hecho recientemente, ¿qué mensajes envía?

Hemos estado orientados al emprendedor desde hace veinte años. Y hoy valoro mucho que los universitarios piensen más en ser empresarios que antes. Quizá porque la imagen de las Administraciones Públicas no es ya tan buena. A los que empiezan les digo siempre: asesoraos bien, porque entre el 70 y el 80 por ciento de las nuevas empresas desaparece en tres años. En general, es buen momento para emprender. Pero también les quitamos las ganas de hacerlo a quienes piensan en ir adelante sólo con subvenciones. Son buenas y han permitido un cambio en el panorama empresarial en los últimos 15 años, pero no son la base de un negocio. Y al que ya es empresario le recomiendo que ajuste gastos, aunque la mayoría ya lo ha hecho. Pero sin dejar de innovar, pues solo nosotros sacaremos el país adelante.

Parece la cuadratura del círculo...

Es que hemos tenido una mala educación financiera, ha sido una irresponsabilidad total el modelo de financiación de los tiempos de bonanza. Hay que financiarse con cabeza.

A las Administraciones Públicas, a todas, ¿qué les traslada?

Que den un apoyo real al mundo empresarial. Y que presionen a la

banca para que se abra el grifo de la financiación. Esto es algo fundamental y que interesa a todos. Y, en tercer lugar, el cinturón nos lo tenemos que apretar todos. Quiero decir que la reducción de costes de todas las administraciones públicas es fundamental. Hay que reducir personal y eliminar empresas públicas que compiten directamente con las privadas. Aunque también es cierto que hay servicios que las administraciones no pueden dejar de prestar.

Emprender, ¿se está convirtiendo en algo 'sexy'? ¿Qué falta para normalizar plenamente la vocación empresarial?

La mentalidad emprendedora hay que desarrollarla desde pequeños. Nosotros llevamos desde hace veinte años dando charlas a universitarios, pero hay que empezar antes. Junto a ello, hay que cortar de raíz la demonización de la figura del empresario. Y también creo que hay que potenciar la formación empresarial, ya que no todo emprendedor tiene que ser también el gerente. Tendemos a acumular toda la responsabilidad, y lo que hay que hacer es rodearse de gente buena, de buenos profesionales.

¿Cuál es el futuro de las patronales? Se las ve como apéndices de las administraciones...

Existe desconocimiento de cómo se financian las organizaciones empresariales. Las fuentes siempre han sido las cuotas de asociados, las aportaciones de patronos privados y las actividades con las administraciones. Con las dos primeras soportamos nuestra estructura. Y ambas han caído, por lo que a corto plazo lo que queda es adelgazar. Pero las organizaciones empresariales no vivimos de la formación. No se nos adjudica como a los sindicatos. De hecho, actualmente estamos financiando a las administraciones. Las patronales tenemos que hacer las cosas muy bien para que los empresarios paguen sus cuotas. Ofrecer buenos servicios para que lo que pagan sea inversión y no gasto.

ACTUALÍZATE

Tu futuro empieza hoy con los cursos seleccionados por elEconomista



Coaching



Diseño y desarrollo web



Habilidades directivas



Community manager en la web

Entra en
elearning.eleconomista.es