

E&N

Entrevista

Xavier Fageda
Profesor de la UB

'El aeropuerto de Reus debería poder competir con el de Barcelona' P.5



SUPLEMENTO SEMANAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS DE DIARI DE TARRAGONA



Necesidad de emprender

Crece la opción de la autoocupación como solución a un inane mercado laboral | P.8-9

negocios en sepia

Agua del Carmen, remedio milagroso elaborado en TGN

Los Carmelitas Descalzos de Tarragona produjeron entre 1909 y septiembre de 1998 Agua del Carmen en la ciudad. Se le atribuían efectos sedantes, antiespasmódicos y eupépticos | P.10 y 11



Botellas antiguas de Agua del Carmen. FOTO: LLUÍS MILIÀN

vinicultura

Falset Marçà quiere ganar peso en el mercado ruso

La Cooperativa Falset Marçà ha participado esta semana en Prodexpo, el principal salón de alimentación y bebidas de Rusia. El objetivo es incrementar su presencia en este inmenso país | P.6

agricultura

Alcanar intenta desestacionalizar sus cosechas

Exportadora de Agrarios de Alcanar está trabajando conjuntamente con el IRTA en la adaptación de nuevas variedades cítricos más tardías para tener producto casi todo el año | P.7

Los análisis de

Los móviles y tablets: oportunidad o amenaza

Joan Puig

Gerente de Riesgos Tecnológicos de Deloitte



Incentivos fiscales de la reforma laboral

Esther Vidal i Falcó

Asociada de Garrigues Abogados



La semana económica

Lunes 13

● ¿La reforma laboral inconstitucional?

Los dirigentes de los sindicatos mayoritarios CCOO y UGT y de las patronales CEOE y Cepyme se reúnen con la ministra de Empleo para abordar la reforma laboral ya en vigor. Tras el encuentro, los representantes sindicales afirman que siguen preparando la masiva movilización de protesta para el domingo. También insisten en que aprecian indicios de inconstitucionalidad en varios puntos de la nueva norma. Destacan, entre ellos, la dualidad en el tratamiento dispensado a los trabajadores contratados por empresas de menos de 50 trabajadores.

Martes 14

● **Bruselas aprieta a España.** El vicepresidente de la Comisión y responsable de Asuntos Económicos, Olli Rehn, negó que tenga previsto multar a España por no adoptar suficientes medidas para corregir su déficit excesivo, pero reclamó al nuevo Gobierno que acelere la presentación de los presupuestos para 2012. Por otro lado, la agencia Reuters publica que la Comisión Europea cree que el Gobierno de Mariano Rajoy infló el déficit de 2011 hasta el 8% para presumir de eficacia a final de este año. El ejecutivo español rechaza 'tajantemente' las sospechas de Bruselas.

Miércoles 15

● Fomento recupera el Corredor Central.

El Gobierno apuesta por la Travesía Central de los Pirineos y la incluye en la propuesta de la Red Transeuropea de Transporte este eje que inicialmente la Comisión Europea había descartado. A pesar de que la ministra no se posiciona y le otorga la misma prioridad que los corredores Atlántico y Mediterráneo, desde Catalunya se disparan todas las alarmas y se teme que se acabará imponiendo la propuesta que defiende Madrid y Zaragoza. En Tarragona está más viva que nunca la reivindicación de una conexión a corto plazo con el tercer carril.

El experto

**Julían Mollá
Rudiez**

Profesor Hacienda Pública de la URV
Economista



El IRPF que nos espera

TARIFA RESULTANTE PARA CATALUNYA

Base liquidable gral. hasta €	Incremento cuota íntegra estatal	Resto Base liquidable gral. hasta €	Porcentaje incrementado	Porcentaje total en Catalunya
€ 0,00	€0,00	€ 17.707,20	+0,75%	24,75%
€ 17.707,20	€132,80	€ 15.300,00	+2%	30%
€33.007,20	€ 438,80	€20.400,00	+3%	40%
€53.407,20	€1.050,80	€ 66.593,00	+4%	47%
€120.000,20	€ 3.714,52	€ 55.000,00	+5%	51%
€175.000,20	€ 6.464,52	€ 125.000,00	+6%	55%
€300.000,20	€ 13.964,52	en adelante	+7%	56%

GRAVAMEN COMPLEMENTARIO BASE DEL AHORRO

BL ahorro hasta €	Incremento cuota íntegra	Resto BL ahorro hasta €	Porcentaje incrementado	Porcentaje total
€ 0,00	€0,00	€ 6.000,00	+2%	21%
€ 6.000,0	€120,00	€ 18.000,00	+4%	25%
€24.000,00	€ 840,00	en adelante	+6%	27%

Las modificaciones introducidas en el IRPF mediante el Real Decreto-Ley 20/2011 de 30 de diciembre de 2011 han sido una gran sorpresa para todos. Justificándose en la desviación del déficit público respecto al objetivo comprometido por nuestro país, el resultado de las reformas realizadas va a suponer un incremento muy elevado de la tributación de las rentas de las personas físicas.

Pese a que se trata de una medida extraordinaria y temporal que solo estará en vigor durante 2012 y 2013, las novedades introducidas afectan significativamente a las rentas del trabajo, a las procedentes de actividades económicas y a las generadas por el ahorro.

Para las rentas que se obtengan en 2012 y 2013, el IRPF que nos espera es terriblemente alto. Este aumento de tipos se ha realizado estableciendo una tarifa complementaria a la tarifa estatal, que se aplica sobre la renta general. Dicha tarifa complementaria tiene 7 tramos con tipos que van del 0,75% para las rentas más bajas, hasta el 7% aplicable a partir de 300.000,20 euros.

Las escalas de tipos complementarias se han de sumar a las escalas de tipos del Estado y de las comunidades, dando como resultado que los tipos marginales máximos alcanzados por éstas serán del 56% para Catalunya.

Además, se ha establecido otra tarifa complementaria a la tarifa estatal, aplicable sobre la renta del ahorro, que fundamentalmente se compone de los intereses, los dividendos y las ganancias patrimoniales procedentes de transmisiones. Esta tarifa complementaria, tiene tres tramos con tipos que van desde el 2% al 6%, dando

lugar a que, después de sumados a los tipos del Estado y de las Comunidades Autónomas, las rentas del ahorro tributen al 27% a partir de 24.000 euros.

Con las subidas de tipos impositivos aprobadas, España se sitúa entre los países de Europa con el IRPF más elevado, superada solo por Finlandia y Suecia. De estar en la media de la tributación directa europea, nos hemos colocado a la cabeza de Europa, pero solo en tributación, no en servicios públicos, porque la medida extraordinaria no va destinada a financiar más servicios públicos, sino que se ha tenido que

tomar para pagar el despilfarrado de nuestros administradores públicos.

Por otro lado, unos tipos progresivos tan altos, desincentivan la generación de rentas, y tienen un efecto de contracción de la economía, además de suponer un acicate para motivar el fraude fiscal.

Lo cierto es que si queremos mantener un sector público sobredimensionado, y a la postre mal administrado, no hay más remedio que soportar un IRPF escandaloso. ¿Es eso lo que queremos?

Si España no es un país atractivo para atraer inversiones de

capital, si está calificado como país de riesgo, y su tributación del ahorro es superior a la de otros países de su entorno cuya situación es mejor, se dan todos los requisitos para que se produzca una fuga de capitales, y en un plazo inmediato.

Además, el aumento en la recaudación que se va a producir como consecuencia de la subida de tipos impositivos, no va a ser alta, debido al efecto contrario producido por la contracción de la economía, es decir, si que se va a tributar mucho más, pero también va a haber menos contribuyentes, y éstos van a tener menos rentas.

En resumen, en una situación en la que la economía sumergida de España asciende a más del 20% del PIB, la subida del IRPF y especialmente el aumento de la tributación de las rentas derivadas del ahorro, constituye un error grave que debería haberse evitado mediante el aumento de la imposición indirecta y la necesaria reducción del gasto público, verdadero origen de nuestro problema de déficit. El IRPF que nos espera es casi el más alto de Europa, de los más altos del mundo, y no se corresponde con los servicios públicos que recibimos a cambio.

Esta semana en la prensa económica

Expansión

Acabar con el despilfarro de las empresas públicas

Tras la fuerte subida impositiva anunciada a finales del año pasado, cuyos efectos sobre el bolsillo de los contribuyentes, y por ende sobre el consumo, aún están por llegar, la balanza del Gobierno parece inclinarse por ahondar en la poda del gasto, con especial énfasis en la racionalización y adelgazamiento del sector público empresarial, una urdimbre de agencias, observatorios, fundaciones, consorcios y compañías que proliferaron como setas durante los años de bonanza, especialmente en autonomías y ayuntamientos.

CincoDías

Un buen principio para un duro camino

Con una legislatura prácticamente en pañales, tanto el Gobierno como la oposición tienen una gran oportunidad para demostrar que son capaces de trabajar juntos en las cuestiones que resultan vitales de país. La agenda de los próximos meses, tan rica en contenidos como exigente y compleja, no solo incluye el escollo de la reforma laboral, sino también la reforma financiera -a la que el PSOE ha dado su apoyo- y la presupuestaria. En esta última las diferencias sobre cuál debe ser el límite de déficit público constituye otro desencuentro.

elEconomista

¿Un Cayenne para tiempos de crisis?

Porsche ha anticipado que planea producir, a partir de 2013, un nuevo SUV más pequeño que el Cayenne. Macan, como ha sido bautizado, significa «tigre» en indonesio y pretende reflejar el espíritu agresivo y atlético que pretende imprimir la firma alemana al crossover con el que seguirá ampliando su gama de vehículos. Con este SUV más pequeño, Porsche entra en un segmento del mercado que ha tenido mucho éxito en los últimos años, como demuestran las importantes ventas del X3 de BMW o el Q5 de Audi.

Jueves 16

● **Populares catalanes exigen el eje litoral.** Diversos dirigentes del Partido Popular de Catalunya y Valencia solicitan a la ministra de Fomento, Ana Pastor, que la primera inversión debe ser la de la red ferroviaria que una los puertos del litoral desde Algeciras hasta la frontera francesa. Desde el Mediterráneo se está haciendo presión e incluso el diputado tarraconense del PP, Alejandro Fernández, va más allá y desmarcándose de su partido asegura que la Travesía Central de los Pirineos 'no tiene sentido'. Desde Europa se mira con escepticismo la política de infraestructuras que presentó el Gobierno.

Viernes 17

● **Recortes en las empresas públicas.** El Gobierno aprueba un real decreto sobre el régimen retributivo del sector público por el que reducirá entre un 25% y un 30% el sueldo de todo el sector público empresarial, en función del tipo de empresa, el volumen de negocio y el número de trabajadores, entre otras variables. El Ejecutivo diferenciará entre las empresas más grandes, cuyos directivos tendrán una retribución máxima de 105.000 euros; las medianas, que tendrán un límite de 80.000 euros, y las más reducidas, con un límite de 55.000 euros al año. Las cantidades no pueden rebasarse con otros tipos de retribuciones.

Personaje de la semana

Ana Pastor

Ministra de Fomento



■ Está el Partido Popular tan desacomplejado y seguro de sí mismo que está empezando a sacar del armario las más extravagantes sugerencias, con el exclusivo objetivo de agradar a su público. Poner de nuevo sobre la mesa el Corredor Central, con salida por el centro de los Pirineos, es un despropósito sin ningún tipo de futuro.



S. de Santamaría

■ El Gobierno ha limitado a 105.000 euros anuales el sueldo base de los directivos de las mayores empresas públicas, lo que implica una bajada media del 30%.



G. Díaz Ferrán

■ Díaz Ferrán y Gonzalo Pascual son responsables del 66% de la deuda insatisfecha de Viajes Marsans, que tiene un 'agujero' patrimonial de 424 millones de euros.



Dacian Ciolos

■ El acuerdo aprobado por el Parlamento Europeo para permitir la entrada de más productos hortofrutícolas de Marruecos sólo beneficia a los países del Norte.



A. Mas-Colell

■ No es una actuación muy seria aprobar los presupuestos de 2012 para al día siguiente reconocer que ya no cuadrarán y que habrá que acometer nuevos ajustes.



J.M. Ruiz-Mateos

■ La familia Ruiz-Mateos utilizaba el dinero de Nueva Rumasa para aportar capital a sus sociedades patrimoniales y mantener así su «alto nivel de vida».

El editorial

Hacer de la necesidad virtud: arrancar un negocio

■ Ante la falta de oportunidades para integrarse en el mercado laboral, emprender un negocio propio se perfila cada día como una alternativa más sólida. Más y más profesionales de todos los perfiles –pero entre los que empiezan abundar los más cualificados– han decidido prescindir de la cola en el Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC), agarrar la indemnización por despido y tomar las riendas de su vida.

Hacer de la necesidad virtud y descubrir, en muchos casos, al emprendedor escondido que anidaba en ellos, en ocasiones sin ser conscientes. No se trata de emprender a lo loco, ni de hacerlo paralizados por el miedo a perder. Un análisis previo de qué sabemos hacer y a quién puede interesarle es esencial. Un pequeño plan de negocio, aunque sea con el vehículo en marcha, también. Y buscar aliados.

Asociarse, encontrar complicidades, mover los contactos. No para pedir un empleo, ni un enchufe, ni un favor, sino para ver en qué se pueden

unos apoyar con otros. En establecer relaciones complementarias, en las que todos ganen. Porque la cosa no está para pedir favores, ni mucho menos para exigirlos, sino para ofrecer algo que sea

Asociarse, encontrar complicidades, mover los contactos. No para pedir favores, sino para generar valor conjunto

beneficioso para todas las partes.

Y, en esencia, de eso se trata un negocio. Hay numerosas organizaciones y entidades que pueden ayudar a orientar los primeros pasos. Desde cámaras de comercio hasta empresas públicas, pasando por universidades y escuelas de negocios. Acercarse hasta ellas es un buen consejo. Están ahí para echar una mano, y algunas lo hacen francamente bien.

Agenda

MARTES, 21

16 h. Cambra de Comerç de Reus (c/ Boule, 2)

Dirección y gestión de pymes

Programa dirigido a adquirir una buena gestión profesional y desarrollar una visión estratégica del negocio a medio y largo plazo.

18 h. IESE Campus Sur (av. Pearson, 21)
Barcelona

Desafíos para el comercio

Sesión sobre cómo conseguir reorganizar y mejorar nuestra red comercial y que esté más preparada para satisfacer las necesidades de clientes siempre más exigentes.

18.30 h. Facultat d'Economia i Empresa (av. de la Universitat, 1)
Reus

Tarragona industrial

Presentación de dos informes sobre creación, cierre y supervivencia de empresas en Tarragona, a cargo de Agustí Segarra, director de la Càtedra Innovació-Empresa, seguida de una conferencia sobre el plan de actuaciones industriales y empresariales del Govern entre 2012 y 2014 a cargo de Joan Sureda, director general de Indústria.

18.30 h. Cambra de Comerç de Reus (c/Boule, 2)

EI IVA

Curso modular dentro de la 10ª edición del máster internacional en fiscalidad.

MIÉRCOLES, 22

8.45 h. Cambra de Comerç de Tarragona (av. Pau Casals, 17)

Franc Ponti en el 'Bon dia Tarragona'

El director del Centre d'Innovació de la escuela de negocios EADA participará en el ciclo Bon dia Tarragona, organizado con Abertis Autopistas. El título de su conferencia será «Si funciona, cámbialo» y argumentará, con ejemplos empresariales actuales, porqué hay que comenzar a cambiar una cosa que va bien.

9 h. Casa Asia (av. Diagonal, 373)
Barcelona

Hacer negocios en Asia y Pacífico

Jornadas de análisis de los retos y las oportunidades que la región de Asia-Pacífico presentan para las empresas catalanas. En forma de mesa redonda, diversos consultores de ACCIÓ y representantes de empresas catalanas con inversiones en esta región presentarán sus experiencias.

19 h. CTTI de la Fundació URV (av. dels Països Catalans, 18)
Tarragona

Prácticas de recursos humanos

MBA Seminar en el que Xavier Guillén y Roberto García, consultor y gerente de Casado & López Consulting, darán a conocer los datos recogidos en el estudio «Prácticas de recursos humanos en las empresas de Tarragona 2011».

JUEVES, 23

18.30 h. Col·legi d'Enginyers Industrials de Catalunya (Via Laietana, 39)
Barcelona

Protocolo de negocios en China

Las grandes diferencias culturales y el desconocimiento de las costumbres sobre el tapete para evitar malos entendidos en reuniones de negocios. Se presentan diversas experiencias directas.

VIERNES, 24

9 h. Cambra de Comerç de Reus (c/Boule, 2)

Análisis de balances

Curso destinado a que los alumnos sean capaces de interpretar correctamente el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias de la empresa.

Consumo Un estudio de Kantar indica la importancia de los fabricantes de marca, ya que son responsables de casi la mitad de las innovaciones y por tanto del crecimiento del mercado

La marca del distribuidor ya supone el 32,5% de la venta

Redacción Tarragona

El sector del gran consumo (alimentación, bebidas, droguería, perfumería) cerró el ejercicio 2011 con un ligero incremento de la facturación del 1,7%, que se explica por un aumento del 1,1% de los productos comprados por los hogares españoles y por la subida del precio de la cesta de la compra, según datos de la consultora Kantar Worldpanel.

En el actual escenario de crisis, los supermercados orientados al precio, como Mercadona y las tiendas de descuento (Dia, Lidl, entre otros), ganaron 1,4 puntos de cuota de mercado, hasta alcanzar un 30,7% del sector, y la marca del distribuidor (blanca) engrosó su presencia, al concentrar un 32,5% del gasto en productos envasados, un punto más.

En el mercado del gran consumo, hay sectores con crecimientos anuales muy por encima de la media, como los elaborados cárnicos (+16,3%), las pizzas (+9,2%), las sopas y purés (+9%) o el café y las infusiones (+8,4%).

La innovación es el motor de los mercados que más crecen, según el estudio de la consultora, que subraya que las marcas líderes son clave para impulsar el conjunto del sector, ya que casi la mitad de las innovaciones (45%) las realizan los principales fabricantes.

Kantar ha identificado las 30 marcas que más conectan con el consumidor, con un to-



tal de 4.733 millones de euros en el último año. Activia, Campofrio, Central Lechera Asturiana, Coca Cola, ElPozo y Puleva, encabezan ese 'top 30', seguidas de Leche Pascual, Pescanova, Actimel, Evax, Friskies, Vitalina, Nestlé, El Caserío, Don Simón, Fanta, yogures básicos Danone y Oscar Mayer. También forman parte de este grupo Fairy, Sanex, Philadelphia, Danet, Bimbo, Gillette, H&S, Cruzcampo, Aquarius, Danonino, Casa Tarradellas y La Lechera.

Un 99,6% de los hogares compra alguna de estas marcas, con un promedio de 35 veces al año, según el informe, que asegura que los hogares que compran más marcas consumen más que los menos marquistas.

Las claves

● **Diez estilos de cocina**
Los hogares más involucrados en la cocina gastan hasta 2.000 euros más en la cesta de la compra y adquieren menos marca de la distribución, según la consultora, que diferencia 10 estilos de cocina diferentes entre los hogares según sus costumbres culinarias (tradicional, sana, buena cocina, 'slow food', improvisada, 'ready to eat', plato único, rápida, 'fun taste' y no implicada).

● **De 3.000 a 5.000 euros**
El mayor gasto medio anual por hogar en alimentación se registra en los hogares más siberitas (buena cocina) y 'slow food' (destinan al menos 40 minutos a cocinar), con más de 5.000 euros, y el menor, en los hogares no implicados en la cocina y los 'fun taste', con unos 3.000 euros. La cuota de la marca blanca es mayor en el grupo 'ready to eat' (37,4%).

● **En Barcelona, más gasto**
Kantar diferencia el perfil del consumidor en cinco grandes ciudades españolas. Barcelona es la ciudad más gastadora (dedica un 27% más a la cesta de la compra); Bilbao hace una compra más sana; Valencia es la más fiel a una enseña, con Mercadona como líder; Madrid, la más infiel; y Sevilla, la que busca los mejores precios.

Observatorio

Oscilación semanal de precios según muestra tomada en establecimientos de Tarragona

Cesta de la compra

Productos animales	Producto	Precio (en euros)	Var. %
	Pollo	6,38	-
	Merluza (kilo)	6,49	+12,8%
	Huevos (docena)	1,25	-
	Leche (1 litro)	0,92	-
	Tomate (kilo)	1,35	-
	Judía verde (kilo)	5,18	+52,8%
	Lechuga (unidad)	0,85	-
	Manzanas (kilo)	1,65	+6,4%
	Pan (barra de cuarto)	0,90	-
	Arroz (kilo)	1,55	-
	Patatas (2 kilos)	1,79	+12,5%
	Zanahorias (kilo)	0,98	-
	Aceite oliva (litro)	2,95	-
	Sal (kilo)	0,66	-
	Azúcar (kilo)	0,95	-
	Agua (5 litros)	1	-

Producto de temporada Cebolla tierna

Desde hace unos 20 años se cultivan unas variedades híbridas que permiten que la cebolla tierna crezca abundantemente durante el invierno, fechas en las que no se ve obligada a competir con la famosa cebolla tierna de Fuentes del Ebro. Puede con-

fundirse con el calçot o con la cebolleta, pero son variedades diferentes. Se utiliza especialmente para ensaladas, dado su gusto mucho más suave que el de la cebolla ya hecha, y también forma parte de sofritos y tortillas.



En el mercado

Suelen venderse en manojos de cuatro o cinco unidades, con precios situados en un margen entre 1,25 y 1,50 euros. En este época empiezan a tener una fuerte venta, que se consolida en fechas cercanas a Pascua.

Precio: de 1,25 a 1,50 euros el manajo.

Mercat Central de Reus

Gasolinas

	Sin plomo 95	1,430	↑ 1,85%		Gasóleo A	1,390	↑ 1,31%
		(euros/litro)				(euros/litro)	

Menú del día

Nivel alto	Nivel medio	Económico
15 euros	10,80 euros	6,50 euros
20 à la Rambla Rambla Nova, 20 Tarragona	Passadís C/Estaniislau Figueras, 36 Tarragona	Fleca Roma Av. de Roma Tarragona

El Índice de Confianza del Consumidor español, entre los 10 más bajos del mundo

El Índice de Confianza del Consumidor español está muy por debajo de la media europea y se sitúa, con 55 puntos, entre los 10 países más pesimistas del mundo, según las conclusiones del estudio Global de Nielsen sobre la Confianza del Consumidor y sus principales preocupaciones en el último trimestre del año 2011.

En este sentido, el estudio explica que el número de consumidores que opina que su situación financiera no va a me-

jorar en los próximos meses continúa aumentando tanto en España como en el conjunto de Europa y que, pese a ello, la confianza de los españoles sigue superando la de los griegos, que se sitúan en 41 puntos o la de los portugueses que está cifrada en 36 puntos, bajando ambas «de forma alarmante».

Por otra parte, la investigación de Nielsen afirma que un 88 por ciento de los encuestados opina que las perspectivas

de empleo para los próximos doce meses «no son buenas o son malas». Así, el 92 por ciento de los españoles considera que el país está actualmente en una recesión y un 70 por ciento piensa que la recesión continuará como mínimo en los próximos doce meses.

Esta situación ha producido, según el estudio, que «cada vez más personas cambien sus hábitos de consumo e intenten ahorrar en general en todos los productos para el hogar».

ENTREVISTA **XAVIER FAGEDA** Profesor de Política Económica en la UB y coautor del libro 'Aeroports i poder'

«Al aeropuerto de Reus le perjudica el vacío que deja Spanair en El Prat»

Rafael Servent Reus

¿Por qué fracasó el proyecto de Spanair en El Prat?

El sector de la aviación es muy competitivo y la quiebra de una aerolínea no es algo tan extraño, caen muchas. En el caso de Spanair, el modelo era más complicado, porque desde el aeropuerto de El Prat querían desarrollar una red de alimentación de corto radio para alimentar el largo radio.

Hacer de El Prat un hub (una base) de origen y destino para vuelos intercontinentales.

¿Por qué no pudo ser?

Eso sólo es viable si tienes al menos un 50% del tráfico del aeropuerto, y Spanair sólo alcanzó el 10%. En el aeropuerto de El Prat, la gran competencia es la de las aerolíneas de bajo coste, que vuelan punto a punto. Eso es lo que no te deja competir como aerolínea de red. En segundo lugar, destacaría que en Spanair no tuvieron el apoyo del gestor del aeropuerto, que no les dio los mejores slots para operar.

¿Se refiere a los horarios?

Así es. Los slots los asigna discrecionalmente el gestor del aeropuerto, en este caso Aena. Y en el caso de España, puede ser que te dé los mejores horarios sin que tengas que pagar nada extra a cambio, algo que no sucede en otros aeropuertos del mundo. Piense que el principal activo de Iberia son los slots de Barajas y El Prat. Son derechos históricos.

¿También en El Prat? ¿El hub de Iberia no era Barajas?

En el caso de Spanair, los mejores horarios se los dieron a Vueling, del grupo Iberia. Un hub sólo tiene sentido si te dan los mejores horarios y espacios en la terminal. En el caso de El Prat, los tiene Iberia.

¿Se resume todo a una cuestión de asignación de slots?

No todo. El proyecto de Spanair en El Prat partía también de la premisa de formar una alianza con otra compañía, y se tenía la esperanza de que fuese Lufthansa. Y así fue, porque Lufthansa hizo una declaración en la que decía que apostaban por el aeropuerto de El Prat.

¿Qué pasó entonces?

Pues que la crisis económica hizo que Lufthansa se replegase a sus hubs históricos. Cuando eso sucede, te quedas cojo. Sólo queda como opción las aerolíneas asiáticas. La de Qatar Air-



Xavier Fageda, la semana pasada en el Centre d'Estudis Superiors de l'Aviació (Cesda) de Reus. FOTO: PERE FERRÉ

ways era una opción acertada, pero la presión de Ryanair ha sido capital, y también el aumento del precio del crudo.

¿Ryanair quejándose de las ayudas públicas?

Ryanair tiene mucha cara de criticar a la Generalitat por pagar subsidios a Spanair cuando ellos también los cobran en Reus y Girona.

Pero no en El Prat...

Porque los precios de El Prat son muy bajos. A diferencia de lo que sucede en el resto de aeropuertos europeos, a Ryanair le sale a cuenta en España volar a aeropuertos principales, porque las diferencias de precios de las tasas aeroportuarias entre Barcelona, Girona y Reus no son suficientemente grandes. En Madrid, los vuelos de alimentación están siendo ocupados por Ryanair y EasyJet. Si hay mucha competencia de las low cost, el vuelo de corto radio para alimentar los vuelos intercontinentales no te sale rentable. Es también el problema que tiene El Prat, que en volumen no deja de crecer, pero no así en calidad.

¿Podrá algún día Barcelona ser un hub intercontinental?

Como le decía, un aeropuerto hub necesita que al menos un 50% de su tráfico sea de aerolíneas de red. Con la caída de Spanair, cuyo lugar ocupará muy probablemente Ryanair, un 80% del tráfico aéreo será de compañías de bajo coste. En este contexto, Barcelona no podrá ser un hub.

¿Tiramos la toalla, entonces?

«El Gobierno quiere crear un 'campeón nacional' con Aena, vamos a pasar de un monopolio público a un monopolio privado»

«Hay que cambiar la política de precios: Reus debería poder competir con El Prat»

No, no. Lo que se puede hacer ahora es intentar atraer aerolíneas de EEUU y Asia, que tomen el aeropuerto de El Prat como parada, y que eso nos permita tener conexiones intercontinentales. Intentar captar estas aerolíneas es algo positivo, que nos permitiría estar conectados con los principales centros de negocios del mundo. Barcelona es un aeropuerto que puede ser atractivo, pero la ambición de ser un gran hub no podrá ser.

¿Y cómo se atrae a estas aerolíneas?

Lo cierto es que estas aerolíneas no tienen demasiado interés en tener aerolíneas de bajo coste haciéndoles la competencia. El director del aeropuerto puede invitar a los directivos de estas aerolíneas a muy buenos restaurantes... y eso es prácticamente todo lo que puede hacer, porque él no decide los slots, ni los espacios. España es

un caso único, donde una sola empresa dependiente de la Administración Central gestiona en monopolio todos los aeropuertos del país.

Todo en manos de Aena...

Hay que cambiar la política de precios, para que según se pague se den los mejores slots. Pero, hoy por hoy, no tenemos nada que hacer: estamos sometidos a Aena. Sólo la propia dinámica del área urbana es la que puede hacer que resulte atractivo para estas aerolíneas decidir que Barcelona sea un punto en el que detenerse.

¿Por qué el Gobierno ha detenido la privatización de Barajas y El Prat?

Porque quieren crear un 'campeón nacional', que pueda salir a comprar en el extranjero los aeropuertos que no se pueden comprar en España. Vamos a pasar de un monopolio público a un monopolio privado, y quizás sí que tendremos otro 'campeón nacional', pero no creo que eso aporte mejores servicios ni precios para el usuario.

¿Financian Barajas y El Prat al resto de aeropuertos?

En el modelo de Aena hay un sistema de caja única, y el fondo común redistribuye. Pero, contrariamente a lo que suele decirse, las dos grandes máquinas de perder dinero en España son Barajas y El Prat. En 2009, Aena tuvo pérdidas por valor de 344 millones de euros, de los cuales 300 fueron en Madrid y 42 en Barcelona.

¿Y quién paga las pérdidas?

Muy personal

Xavier Fageda (Barcelona, 1975) es licenciado en Ciencias Económicas por la Universitat de Barcelona (UB), Master en Economía por la University of Warwick (Reino Unido) y Doctor en Economía por la Universitat de Barcelona (2004), donde ejerce como profesor en el departamento de Política Económica. Entre otras publicaciones, Fageda es autor -en colaboración con Germà Bel- del libro *Aeroports i poder*. La semana pasada estuvo en Reus, en el Centre d'Estudis Superiors de l'Aviació (Cesda), adscrito a la Universitat Rovira i Virgili (URV), para dar una conferencia sobre el sector aeronáutico español.

Los aeropuertos turísticos, como los de Palma o Málaga. De los 52 aeropuertos de la red de Aena, apenas nueve o diez son rentables desde el punto de vista privado, más allá de su rentabilidad social. Hay un subsidio cruzado de los aeropuertos turísticos para financiar Barcelona y Madrid.

¿También Reus participa de esa financiación?

Se da el fenómeno de que los aeropuertos de menos de tres o cuatro millones de pasajeros están dejando de ser rentables. Con un millón de pasajeros al año, Reus tiene pérdidas de explotación, aunque su impacto social es alto. Si la gestión de Reus se hiciese de forma eficiente, podría haber rentabilidad privada, y no sólo social. Reus debería poder competir con Barcelona, porque el futuro de este aeropuerto, cuya principal función es la de atraer turismo, depende de las decisiones que tomen las aerolíneas.

Que, como Ryanair, exigen subvenciones...

Pienso que el trato que acaba de firmar la Generalitat con Ryanair en Reus es bastante razonable, es un acuerdo que nos cuesta entre dos y tres euros por pasajero y que garantiza un nivel de tráfico similar al que ha tenido, aunque no habrá crecimiento. Lo que está claro es que a Reus le perjudica el vacío que deja Spanair en El Prat. Todos los aviones de Ryanair que vayan a El Prat no irán a Reus. Lo que debe hacer Reus ahora es pensar en otras aerolíneas inglesas, más allá de Ryanair.

Kellogg engulle a Pringles para conquistar el negocio de aperitivos

La multinacional estadounidense ha llegado a un acuerdo con Procter & Gamble para comprar la popular marca de patatas fritas Pringles por 2.053 millones. El objetivo de Kellogg, con planta en Valls, es que Pringles sea el buque insignia de un negocio global de aperitivos con el mismo volumen internacional que el de sus cereales.

CatalunyaCaixa financia con 6,1 millones una nueva planta de biogás en Lleida

CatalunyaCaixa ha otorgado un préstamo de 6,1 millones al grupo leridano Alternativa Energética 3000 para la construcción y explotación de una planta de biogás en Torres de Segre. La planta generará energía gracias a la aceleración del ciclo natural de descomposición de la materia orgánica biodegradable obtenida de explotaciones agrícolas propiedad del mismo grupo.

La Caixa y Telefónica se unen para impulsar proyectos tecnológicos de 'start-ups'

Telefónica ha dado un paso más en el desarrollo de Wayra, su programa de impulso a start-ups. La operadora ha firmado un acuerdo con La Caixa para el apoyo a estas nuevas empresas a través de tutorización, acompañamiento y acceso preferente a financiación. La entidad catalana participará a través de su gestora de capital riesgo, Caixa Capital Risc.

El vino de la DO Montsant asalta el mercado ruso

La Cooperativa Falset Marçà ha participado esta semana en Prodexpo, el principal salón de alimentación y bebidas del país

Núria Pérez Falset

internacionalización

número de mercados

33

El mercado ruso no es nuevo para el sector vitivinícola catalán. Algunas empresas, entre ellas las grandes, están presentes en Rusia desde hace años. Por ejemplo, Bodegas Torres, que exporta a más de 140 países, tiene a Rusia en su *top ten* gracias a las ventas de vinos y brandies. Freixenet también ha apostado fuerte por este mercado en el que ha llegado a vender hasta medio millón de botellas anuales de cava, vino y champán.

Catorce empresas catalanas, cinco de ellas, bodegas, quieren seguir sus pasos y esta semana han participado en la décimonovena edición de Prodexpo, el principal salón de alimentación y bebidas de Rusia, que con de 50.000 visitantes anuales, es, a su vez, puerta de entrada a otros mercados del entorno, como Bielorusia, Ucrania o Armenia, dado que a él asisten sus principales distribuidores.

La Cooperativa Falset Marçà de la DO Montsant es una de ellas. Después de hacerse un hueco en Suiza, Estados Unidos o Austria, los responsables de la sociedad no han dudado en aprovechar la oportu-

nidad que les ha brindado la Generalitat, a través de Prodeca, para incrementar su presencia en el mercado ruso, donde venden desde 2009 y suman el 2% de sus exportaciones.

La internacionalización es una de las principales apuestas de la cooperativa, que empezó a vender en el extranjero en 1999, en la actualidad exporta a 33 países que representan alrededor de un 30% de sus ventas anuales, que rozan los tres millones de euros.

Súpers americanos

Tras Rusia, Puerto Rico, Nueva York o Alemania son los próximos destinos del equipo comercial de la entidad que, el año pasado, logró un importante acuerdo con Cosco, una de las cadenas de supermercados más importantes americanas más importantes y donde ya comercializan más de 250.000 botellas anuales de los 1,25 que producen.

En paralelo a su estrategia de crecimiento en los mercados exteriores, la Cooperativa que cuenta con unos 350 socios y emplea a una quincena de trabajadores, tiene claro que tanto o más importante es consolidar las ventas en el mercado nacional -principalmente Catalunya- y la venta directa a través de su red propia de agrotiendas (Falset, Marçà y Cambrils), la tienda digital (www.etim.cat y www.etim.es) y los supermercados de proximidad como Frescuore, Superverd y Bon Preu.

Además del refuerzo del canal comercial en la actual época de crisis, la cooperativa no ha dejado de invertir en sus instalaciones. Este año acabará de remodelar la bodega para mejorar la recepción de la uva.

Con motivo del centenario, trabajan en la presentación de un vino especial conmemorativo de la efeméride y una colección. Con ellos, a su vez, quieren reivindicar la validez del modelo cooperativo, un modelo solidario con viticultores de la zona con los que no han dudado en compartir proyectos y conocimiento.

A su vez, están potenciando su presencia en las redes



Foto antigua de los productores de la sociedad, que este 2012 celebra su centenario y es fruto de la fusión de la cooperativa de Marçà (fundada en 1912) y Falset (de 1917). FOTO: CEDIDA

sociales así como las visitas teatralizadas que efectúa la compañía Napbuf por la bodega modernista, que se pusieron en marcha con motivo de la Fira del Vi de 2009 y por la que ya han pasado cerca de 5.000 personas.

Reconocimiento en la Guía Peñín

La Guía Peñín ha reconocido recientemente la calidad de los vinos de la cooperativa. El pasado noviembre, la famosa guía

situó nueve vinos de la entidad entre los mejores valorados, que son los que obtienen a partir de 90 puntos.

La máxima calificación fue para los vinos dulces de la bodega. Con 92 puntos, la publicación distinguió al Etim rancio y el Etim Selecció Vinyes Velles 2007. Justo un punto por debajo, situó a otro dulce: el Etim Verema Tardana 2007. El resto fueron reconocidos con 90 puntos.

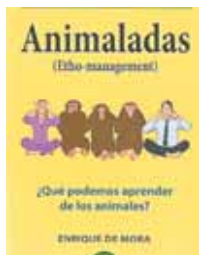
Libros

Animaladas

Autor: Enrique de Mora

Editorial: Empresa Activa

Animaladas fusiona la biología con el management, creando el etho-management, que demuestra que las observaciones y conclusiones sobre el aprendizaje de la conducta animal son de gran aplicación en el mundo de la empresa. El autor parte de un análisis exhaustivo de algu-



na especie como lobos, gorilas, monos o águilas, a partir del cual desarrolla una serie de consejos para mejorar algunas habilidades sociales.

Claves para transformar España

Autor: Eduardo Serra

Editorial: Imago Mundi

La primavera de 2010, más de un centenar de personalidades relevantes del mundo de la empresa, la universidad y el pensamiento, convocados por la Fundación Everis, se reunieron alrededor del Informe TransformaEspaña. De ese ejercicio de reflexión surge este libro, que propone una econo-



mía basada en el talento a partir de la reforma del sistema educativo y la conexión entre ciencia, mercado y capital como puntos básicos.

Volver a empezar

Autor: Lluís Cuatrecasas

Editorial: Profit

Una empresa que, gestionada de modo tradicional, siempre ha tenido buenos resultados, ve cómo progresivamente va perdiendo mercado. Su propietario se ve abocado a cambiar a las nuevas fórmulas de pensar y dirigir. Se trata del método Lean, implantado por las principales empresas japonesas en



el último cuarto del siglo XX: una gestión que reclama un gran dinamismo por parte de la dirección, que debe involucrarse por completo.

VidaCaixa lidera el mercado de seguros de vida por volumen de ahorro

VidaCaixa, grupo asegurador de La Caixa, se consolida como compañía líder del mercado de seguros de vida en volumen de ahorro gestionado, con 26.054 millones de euros, que supone un incremento del 14,8% con respecto a 2011, y un avance en la cuota de mercado de 1,4 puntos, hasta alcanzar el 16,9% del total.

Las ventas mundiales de Seat caen en 15,4% en enero, con 21.700 unidades

El fabricante español de automóviles Seat, perteneciente al grupo Volkswagen, vendió en todo el mundo 21.700 coches durante el pasado mes de enero, lo que supone una caída del 15,4% respecto al mismo mes de 2011. El retroceso de las ventas de Seat se explica principalmente por el impacto del «difícil clima económico» en el mercado europeo.

Unnim Caixa destina a Obra Social un 57,5% menos que en el año anterior

La Obra Social de Unnim Caixa contará con más de cinco millones de euros este año para su actividad habitual, lo que supone un 57,5% menos que el total realizado en el cierre de 2011 y que ascendía a 11,9 millones de euros. La entidad ha resaltado que mantendrá la mayor parte de las actividades propias y las colaboraciones directas.



El sector del cítrico ha vivido uno de los peores años, a pesar de que la producción ha sido más buena. FOTO: JOAN REVILLAS

Exportadora de Alcanar prueba con variedades más tardías

Diversificar las variedades de forma que pueda desestacionalizarse la recogida es uno de los retos para conseguir que la temporada llegue hasta el mes de marzo

Núria Riu Alcanar

■ Exportadora de Agrarios de Alcanar, SCCL, trabaja conjuntamente con el IRTA para ver cómo se adaptan nuevas variedades de cítricos más tardías, que permitan que la campaña se prolongue hasta el mes de marzo. De esta forma, quiere conseguirse que el periodo de entre una temporada y la otra sea tan sólo de dos meses, en lugar de los más de cuatro, como se produce actualmente.

Acabar con la desestacionalización del producto es uno de los principales retos en los que se está trabajando. Dado que ahora, cuando ya ha acabado el intenso de la recogida de la naranja, quedan desaprovechadas unas instalaciones que poco a poco se han ido ampliando y mejorando con nueva tecnología. Las variedades con las que se está probando proceden del norte de África, según explica el responsable de calidad de la Cooperativa, Francesc Obiol. Unas zonas que, cada vez más, también son el origen de buena parte del producto que se comercializa al país.

Durante esta temporada, las variedades prematuras y tardías representan un porcentaje muy pequeño del conjunto de la producción. Según los pri-



Prácticamente la totalidad de la producción se exporta a países de Europa central y del este. FOTO: JOAN REVILLAS

meros cálculos, que aún no están cerrados, en total se habrán recogido 2,5 millones de kilos de estas variedades durante esta temporada.

Por otro lado, Exportadora de Agrarios de Alcanar, SCCL,

producción
en millones de kilos

de cítricos

24,5

habrá recogido otros 18 millones de kilos de *nules* y entre 4 y 5 millones de naranjas. Unas cifras que representan un incremento aproximado de un 10% de la producción del año pasado, según Obiol. A pesar de ello, el sector del cítrico cerrará uno de los peores años, después de que el frío se hizo esperar hasta principios de febrero. «Probablemente no llegaremos a cubrir gastos», decía el responsable de calidad que lamenta que, cada vez más, «el socio se está descapitalizando».

Todo el proceso informatizado

Exportadora de Agrarios de Alcanar, SCCL, inició la campaña con un nuevo sistema informático que unifica dentro de un mismo programa todo el proceso, desde que llega el camión a la planta hasta que salen las cajas para ser exportadas.

La empresa Gregal ha sido la encargada de implantar este nuevo sistema, que se conoce como VisionFruit, y que ya utilizan otras empresas del sector hortofrutícola.

Una de las principales ventajas de este nuevo sistema es que cuando llega el camión a la báscula ya sale la etiqueta con el peso neto. Sin embargo, con el anterior sistema, el peso de los cítricos no se conocía hasta el día siguiente, y estos datos tenían que introducirse de forma manual en el ordenador. También ha cambiado la contabilidad, calcula las nóminas y registra el inventario de la tienda. El nuevo sistema también almacena una base de datos con información de los productores.

SERVEI DE NETEGES

HT serveis

HELPERGEST, S.L.U.

Pol. Ind. Venta Nova, núm 71, parcel·la 53 - Telf./Fax: 977 471 178
43894 CAMARLES (Tarragona) - htserveis@hotmail.com

Neteja de hotels
Neteja de campings
Neteja de comunitats
de propietaris

De empleado a empleador

Ante la falta de oportunidades laborales para trabajar por cuenta ajena, más y más desocupados optan por arrancar su propio negocio, como alternativa a pasear sin éxito el currículum en pos de una nómina

Rafael Servent Tarragona

■ En 2010, un 5,39% de la población adulta de entre 18 y 64 años de la demarcación de Tarragona estaba involucrada en la fase inicial de algún tipo de actividad emprendedora, según el último informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Catalunya, elaborado por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Es decir, estaban arrancando o consolidando una empresa.

La tasa, que superó en casi medio punto a la media catalana (5,04%) y en más de un punto a la española (4,31%), fue la segunda mayor en Catalunya, sólo ligeramente aventajada por las comarcas de Barcelona (5,52%). Es previsible que los resultados del informe relativo a 2011, que en breve verán la luz, arrojen un incremento en estas cifras.

El auge de los 'emprendedores por necesidad' –generalmente desempleados que deciden montar su propio negocio como alternativa a la falta de perspectivas para lograr que una empresa les contrate como trabajadores en nómina– marcará la diferencia en la oleada del GEM Catalunya 2011 en las comarcas de Tarragona.

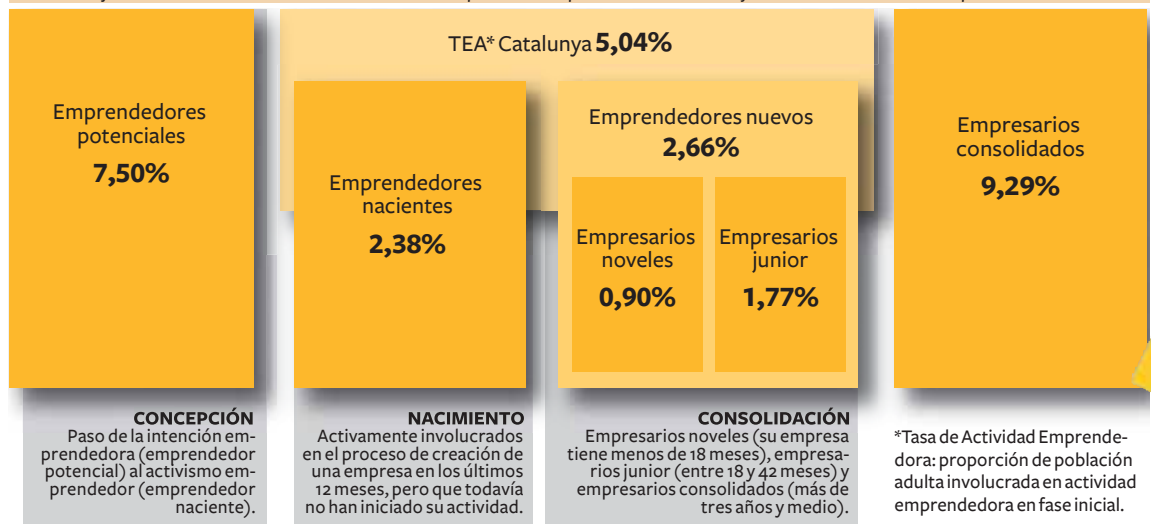
La necesidad aprieta

Algo de ello se adelantó ya a principios de esta semana cuando GEM España presentó el informe relativo a 2011, en el que se observa un peso creciente del 'emprendedor por necesidad' en el conjunto del Estado. Con distancias, las comarcas de Tarragona podrían seguir la misma senda.

Yancy Vaillant, director de GEM Catalunya y profesor del departamento de Economía i Empresa en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), se encuentra en la fase final de redacción de dicho informe. Los datos que maneja revelan para el año 2011 «un repunte de la actividad emprendedora, como en el resto de España», aunque con notables diferencias.

«En España –explica Vaillant–, este repunte de 2011 se ha explicado mucho por el paro. Muchos desempleados eligen la vía mercantil, en lugar de la laboral, para encontrar una salida. En España, más del 25% de la creación de empleo la generan desempleados, pero en Catalunya (con cerca de un 13% de 'emprendedores por necesidad' en 2010) no se da la misma tendencia, no se crean tantas empresas desde el paro, aunque sin duda ha aumentado».

Porcentaje de catalanes adultos involucrados en el proceso empresarial en Catalunya en 2010 (21,83% de la población)



FUENTE: GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) CATALUNYA 2010

Motivaciones de la actividad emprendedora



El análisis de los expertos

‘¿Por qué no emprender? Ser autónomo es hoy más prestigioso que hace cinco años’

Yancy Vaillant
Director de GEM-Catalunya

‘Tener contactos, mover esos contactos y estar en el mercado es clave’

Alberto Fernández Terricabras
Iese

‘Todo se resume a lo mismo: a la imposibilidad de integrarse en el mercado laboral’

Pere Segarra
Càtedra d'Emprenedoria de la URV

‘Un emprendedor es una persona que se hace dueña de su propio destino’

Jordi Vinaixa
Esade

En este punto, las comarcas de Tarragona marcan la excepción. «A nivel provincial –cuenta Yancy Vaillant–, Tarragona es la que más se parece al resto de España. La provincia está en un punto medio entre los porcentajes del conjunto de Catalunya y los de España. Aunque la creación de empresas por necesidad es superior al resto de Catalunya, es más baja que en el resto de España».

Unas cifras que implican que, en las comarcas de Tarragona, «la proporción de empresas desde el desempleo siga siendo inferior a la proporción de adultos desempleados». Pero... ¿a qué es debido este perfil singular entre los emprendedores de las comarcas de Tarragona? Parte de la explicación está, en opinión de Vaillant, en nuestro tejido industrial, mucho más vinculado a la burbuja de la 'década prodigiosa' española que el resto de comarcas catalanas.

Menos ladrillos, más libros

«Antes de la desaceleración, la provincia de Tarragona lideraba Catalunya en actividad emprendedora», argumenta Vaillant, en buena parte nutrida con perfiles de baja formación vinculados al sector de la construcción. Toda esa explosión de pymes y microempresas que prestaban servicios a este sector en auge «ha sido filtrada desde 2009, aumentando la calidad del emprendedor en cuanto a su base de formación».

Les están sustituyendo, cuenta Vaillant, «profesionales que pueden haber perdido su trabajo, y que por una cuestión de coste de oportunidad, o por orgullo, en lugar de apuntarse al

paro, se dicen: '¿Y por qué no me hago emprendedor?' Ser autónomo es hoy más prestigioso que hace cinco años».

Tendencia al alza

«Desde hace unos ocho meses hacia aquí –explica Pere Segarra, director de la Càtedra d'Emprenedoria de la Universitat Rovira i Virgili (URV)–, terminado el verano, ha habido una avalancha en el interés sobre temas de emprendeduría. Si antes podía haber una veintena de personas interesadas en uno de nuestros programas, ahora son un centenar».

El perfil coincide con el del 'emprendedor por necesidad'. «Gente en el paro, gente que termina la carrera y no encuentra trabajo... incluso algunos estudiantes. Todo se resume a lo mismo: a la imposibilidad de integrarse en el mercado laboral», resume Segarra. La del 'emprendedor por necesidad' «es una tendencia que sí que es cierto que se está marcando».

¿En qué difieren estas personas de los 'emprendedores por oportunidad', aquellos que ven claro un negocio y se lanzan a por él? En opinión de Jordi Vinaixa, director académico del Instituto de Iniciativa Emprendedora de la escuela de negocios Esade, «la diferencia entre el emprendedor 'por necesidad' y el de 'oportunidad' no es tan clara, es más sutil».

«Esto –explica Vinaixa– es lo que ha pasado casi toda la vida: ante las alternativas, uno se pregunta 'qué sé hacer', y lo hace. Es verdad que la gente, hasta no hace tanto, encontraba trabajo en grandes corporaciones, pero [el fenómeno del 'em-



prendedor por necesidad'] yo lo interpreto más bien como un empujón o una bajada de barreras para emprender».

«Si alguien es suficientemente espabilado –argumenta Vinaixa–, puede plantear este elemento de autoocupación. Algunos lo logran y otros no. Un ejemplo conocido es el de Ricardo Fisas, recientemente fallecido, que empezó con Natura Bissé, como él mismo dijo públicamente en más de una ocasión, porque tenía cincuenta años, se había quedado sin trabajo y era consciente de que nadie le iba a dar un empleo».

«Si este hombre –prosigue Vinaixa– no hubiese tenido esa circunstancia, nunca hubiese montado su empresa. Esa es la parte buena de bajar barreras. Y, a partir de ahí, hay que empezar a pensar en qué puedo emprender».

Algo de madera

«Hay que hacer un buen inventario de lo que se sabe hacer –explica Jordi Vinaixa–, y pensar si aquellos servicios que yo daba a los clientes puedo dárselos ahora. Es importante el elemento del emprendedor como creador de oportunidad. Debe tener la capacidad de rebuscar en su entorno para saber con qué cuenta y quién le puede ayudar».

«¿Existe –se pregunta Vinaixa– la oportunidad al margen del emprendedor? ¿Existe el iPad al margen de Steve Jobs? No está tan claro. ¿Existe la oportunidad de Natura Bissé sin Ricardo Fisas? Tengo muchas dudas».

Para Alberto Fernández Terricabras, profesor en la escuela de negocios Iese, «hay un hecho que es evidente:

La iniciativa



Leyre Giménez, el jueves en Redessa, en Reus. FOTO: ALBA MARINÉ

Baker Comunicación

■ Leyre Giménez nació hace 35 años en Zaragoza. Tras estudiar Diseño Industrial y Fotografía, pasó cerca de ocho años en PortAventura, donde trabajó como diseñadora de *merchandising* y más tarde en gestión de marca, y de donde salió recientemente con un despido con indemnización.

«En ese momento me vi un poco perdida –explica Giménez–, porque una empresa como PortAventura, que fue mi escuela y mi gran trampolín, no hay otra. Gracias a la indemnización, vi que era el momento de apostar por mí. Tenía claro que yo sé hacer

determinadas cosas, y que le son útiles a otra gente».

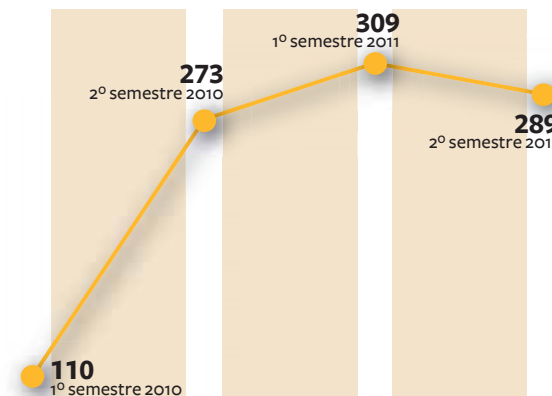
Se acercó hasta Redessa, en Reus, «porque había oído hablar del *coworking*. Son unos gastos muy mínimos, y te permite conocer a gente. Ahí conocí a mi socio, un ingeniero de telecomunicaciones. Somos dos perfiles muy complementarios».

Montaron Baker Comunicación, donde «gestionamos proyectos con un *pull* de autónomos muy buenos en lo suyo, y generamos equipos según el proyecto, con lo que se reducen los costes. La verdad es que nos está funcionando».

cuando antes la gente se quedaba sin empleo, sabía que en tres, cuatro o seis meses encontraría trabajo. Ahora hay gente que lleva dos años en el paro».

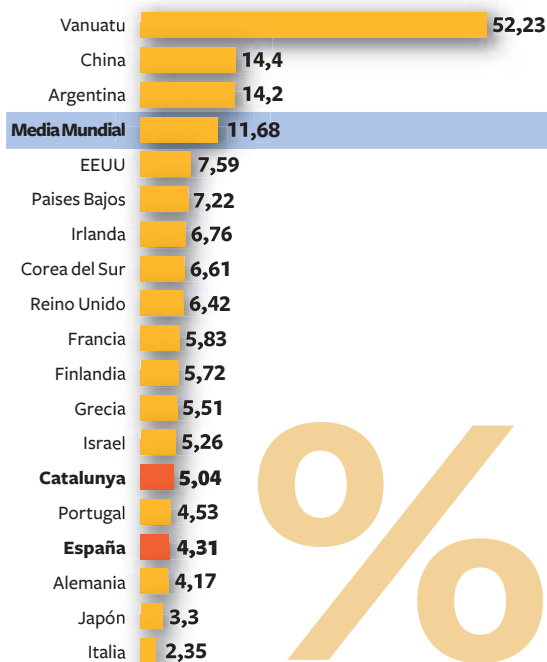
«Las indemnizaciones y el paro dan un cierto colchón, pero las probabilidades de que termines agotándolo son reales. Entonces la gente se plantea qué puede hacer. Hay los

Capitalizaciones del paro en la provincia de Tarragona



FUENTE: DEPARTAMENT D'EMPRESA I OCUPACIÓ DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA

Tasa de actividad emprendedora en fase inicial (TEA)



Barcelona	5,52
Tarragona	5,39
Lleida	4,71
Girona	4,03

FUENTE: GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) CATALUNYA 2010

‘emprendedores-emprendedores’, que ya arrastraban el ‘gusanillo’ de emprendedor, luego está la gente que no lo era y que ahora se plantea serlo, y por último los que no ven ninguna otra salida», explica Fernández Terricabras.

«Para emprender hay que tener ciertas características», prosigue este profesor del Iese. «El emprendedor debe ser una persona dinámica, a la que le guste el *network* y las relaciones sociales, con capacidad de liderazgo, que sepa integrar voluntades y mover a gente en equipo. Son cualidades que, si no las tienes en una mínima proporción y arrancas un negocio, la posibilidad de fracaso es muy alta».

Peró, ante todo, es necesario «tener ideas». Y, si no se tienen

tantas, buscarlas. «Tener contactos, mover esos contactos y estar en el mercado es clave –destaca Fernández Terricabras–, porque a veces tú no tienes la idea, pero otros pueden tenerla. Buscar socios que puedan ser complementarios es un gran consejo».

Tampoco pasa nada si alguien se echa atrás. «Debemos tener de todo», explica Jordi Vinaixa, de Esade. «Hay un elemento de voluntad personal, y no todo el mundo se siente dueño de su propio destino. Un emprendedor tiene entre sus características ser una persona que se hace dueña de su propia vida, que en un momento determinado mira de dedicarse a la creación de su propio negocio, que cree en sí mismo y que de lo que él haga dependerá su futuro».

negocios en sepia

Agua del Carmen, mano de santo

Los Carmelitas Descalzos de Tarragona elaboraron durante casi noventa años (entre 1909 y 1998) el famoso elixir, basado en la esencia de melisa y al que se le atribuían todo tipo de propiedades curativas

Núria Pérez Tarragona

■ Dice la tradición que el Agua del Carmen remonta sus orígenes a 1611. Aquel año un eminente químico francés de la orden religiosa de los Carmelitas (surgida alrededor del siglo XII, cuando San Bartolo y un grupo de ermitaños, inspirados en el profeta Elías, se retiraron a vivir al Monte Carmelo), habría descubierto las propiedades benéficas del agua de melisa o toronjil.

Y también que inicialmente los carmelitas lo ofrecían como un reconstituyente a los peregrinos que subían al santuario del Monte Carmelo, considerado el jardín de la antigua Palestina, hoy cordillera de Israel. No sólo eso. Pronto se extendió su fama como remedio eficaz para curar la histeria, los problemas del alma, la violencia o incluso el mal humor.

Su elaboración en Tarragona no llegó hasta el siglo XX, poco después de que la comunidad de Tarragona adquirie-



El padre Pere Martorell, Francisco Cavallé y el hermano Enric Alberich, consultando un libro sobre los Carmelitas Descalzos. A la derecha, Alberich, en el laboratorio del Agua del Carmen. FOTO: LLUÍS MILIÁN



ra unos terrenos en la confluencia de las calles Assalt y August para edificar su nueva casa-iglesia, que se inauguró con motivo de la fiesta del Carme en 1897.

En concreto, el 17 de abril de 1909 y a petición del vicario provincial, el llamado defensor general de la orden (la

casa madre), autorizó a los Carmelitas Descalzos de Tarragona a fabricar el Agua del Carmen con el objetivo de «mejorar la economía provincial».

De esta forma, el monasterio de la orden del Desierto de las Palmas (en Benicàssim), se especializó en la producción y distribución para toda España del llamado Licor Carmelitano (fruto también del destilado de más de una treintena de plantas aromáticas mediterráneas) y Tarragona en la fabricación y comercialización del Agua del Carmen, que solo se ha llegado a elaborar en otros seis países (además del Monte Carmelo): Holanda, Alemania, Bélgica, Austria, Polonia e Italia.

El elixir alcanzó pronto una gran popularidad y pocas eran las casas que no contaran con una de esas estilizadas botellitas. Se le atribuían efectos sedantes, antiespasmódicos y eufépticos. Servía igual para recuperar a alguien de un desmayo como para tranquilizar a un alterado y tenía fama de aliviar



El Agua del Carmen se anunciaba en la prensa de la época y se editaron varios calendarios como los dos de la izquierda, donde aparecían lugares emblemáticos de Tarragona. Arriba imagen de una de las botellas iniciales con que se envasó el elixir carmelita. FOTO: LLUÍS MILIÁN

En azúcar, infusión y caramelo

■ Las estilizadas botellitas del Agua del Carmen llegaron a ser un clásico en las despensas y botiquines tanto de familias como empresas y/o colegios. Y en función de sus indicaciones, su forma de empleo era una u otra.

En las afecciones y cólicos gastrointestinales, en sus prospectos se recomendaba tomar

«entre una y dos cucharaditas de las de café en una taza de manzanilla caliente», mientras que en casos de desvanecimiento se aconsejaba «diluirlo en una taza de café» y para combatir la anorexia o falta de apetito, «ingerir entre ocho y diez gotas diluidas en agua, media hora antes de las comidas».

Para dolores de cabeza, se sugerían «fricciones en la frente o mejillas», en catarros, «humedecer las fosas nasales con algodón empapado en el elixir de melisa» y en heridas y/o picaduras, se animaba a «aplicar gasas bien impregnadas del preparado ancestral diluido en un poco de agua».

Pese a ello, el padre Pere Martorell, responsable de la orden de los Carmelitas Descalzos de Tarragona, asegura que una de las formas más habituales de tomar unas gotitas de Agua del Carmen impregnadas en un terrón de azúcar. Y en algunos pueblos del Maestrat aun hoy hay quien mezcla un chorrito del preparado con poleo y un toque de anís.

Y también que hubo quien abusó del preparado (con 56

grados de alcohol), aduciendo que necesitaba recuperar el ánimo a menudo con un chupito del elixir de los carmelitas.

Años más tarde, se comercializaron unos caramelos de Agua del Carmen que, aunque no está claro que resultaran igualmente curativos pero sí permitían recuperar la memoria gustativa del preparado tarraconense que tan celebrado fue especialmente en los años cincuenta, sesenta y setenta.



Fotografía antigua de una de las trabajadoras de Agua del Carmen, Margarita Garijo, en los laboratorios. FOTO: JOSÉ BARRÓN/DT



El padre Constancio entregando un ramo de flores a Maria Mercè, una de las trabajadoras más antiguas, con motivo de su jubilación. A su derecha, Josep Guerrero, también con una placa de recuerdo de sus más de treinta años como director gerente, junto a su mujer. FOTO: CEDIDA

las molestias menstruales o los mareos de las embarazadas así como de corregir problemas estomacales. Y así un largo etcétera para esta especie de mano de santo que para muchos fue una suerte de bendición.

Su éxito fue tal que incluso surgieron imitaciones. Prueba de ello es la publicidad en prensa de la época. En diciembre de 1912 en un anuncio publicado en el *Diari*, los monjes instaban a estar atentos. «Cuantos deseen utilizar la indiscutible virtud curativa de tan singular específico, fíjense bien en la marca y botellín que lleva grabado al relieve el escudo de la orden y las palabras Agua del Carmen de los Carmelitas Descalzos de Tarragona», rezaban literalmente.

El negocio fue creciendo y además del elixir, los monjes se animaron con otros productos. Por un lado, un tratamiento anti-reumático denominado Karmel y que se presentó tanto en bálamo analgésico con un contundente olor como en pastillas. Por otro, un descongestionante nasal tópico, Vapores Pyt. Y años más tarde, alcohol y caramelos.

Pero siempre sin dejar de lado el producto estrella: el agua de toronjil o melisa, del que el hermano Enric Alberich, que se encargó del laboratorio entre 1981 y prácticamente su cierre dieciocho años después, recuerda que se llegó a elaborar un destilado por semana y a producir aproximadamente unas 135.000 botellas de tamaño gran-

de y 85.000 del formato de 125 centilitros.

La empresa llegó a contar con más de treinta empleados, la mayoría mujeres, que trabajaban en dos turnos de mañana y tarde y paraban de una a tres para comer.

Las hierbas llegaban empaquetadas de diferentes proveedores, uno de ellos (de tila) de Reus, donde las trabajadoras habían acudido alguna vez con

los hermanos y protagonizaron una curiosa polémica en la que intervino el cardenal de la época con motivo de los pantalones que les habían regalado para subirse a los tilos.

Durante la posguerra sufrieron algunos problemas de abastecimiento, sobre todo de alcohol, y, según recuerda Dolors Guerrero, hija del responsable de los laboratorios durante treinta años, en más de una ocasión tuvieron que acudir a Madrid para conseguir autorizaciones adicionales de materias primas, entonces racionadas.

Además contaban con una red propia de distribuidores que llegaron a comercializar el elixir en Costa Rica y Estados Unidos.

Los beneficios del negocio revertían en la orden. Según el padre Pere Martorell, se destinaban a pagar los estudios de bachillerato e incluso el extranjero de los seminaristas que tenían en sus instalaciones o en otras de los padres carmelitas.

El cierre de la fábrica llegó en septiembre de 1998. El endurecimiento de la normativa para elaborar el medicamento y la necesidad de una fuerte inversión para adecuarse a ello obligó a los monjes a ceder la explotación de la fórmula por una simbólica peseta a unos laboratorios barceloneses (Laboratorios de Aplicaciones Farmacodinámicas SA, más conocidos como Fardi) que siguen produciendo el preparado ancestral.

Los laboratorios llegaron a producir más de 220.000 botellas anuales



El Agua del Carmen servía igual para recuperar a alguien de un desmayo como para reducir molestias estomacales.



Además del Agua del Carmen, que también se podía encontrar en caramelos, se elaboraban otros productos como Vapores Pyt y el bálamo o las pastillas anti-reumáticas Karmel.

FOTO: LLUÍS MILIÁN



El secreto del preparado

■ El licor está basado en la esencia de la Melisa, que es una planta con un gran poder relajante pero, a su vez, según figuraba en los prospectos que acompañaban a las botellas antiguas, «con virtudes estomacales y antiespasmódicas».

El preparado, que también se denominó en algunos países «agua antipestilencial, agua

carmelitana o agua de los Carmelitas», obtuvo en 1754 la patente y también contiene otras plantas como la canela (definida en los folletos de principios del siglo pasado como un «excitante de las funciones digestiva y circulatoria»), la raíz de angélica, el cilantro (considerado «eficaz para la acción euféptica o carminativa»), la nuez

moscada, («estimulante y tónico-estomáquica») y limón y naranja («activadoras de las secreciones estomacales»).

Una fórmula que pese a que en España elaboran los laboratorios barceloneses Fardi, continúa siendo propiedad de la orden de los Carmelitas Descalzos, que no solo conservan el secreto del preparado sino tam-

bién muchos recuerdos de la fábrica desde botellitas originarias hasta libros de contabilidad, calendarios de bolsillo o carteles publicitarios de la época, que, según Francisco Cavallé, los monjes esperan compartir con la ciudadanía a través de un museo o espacio de exposición y así dar larga vida a la memoria del Agua del Carmen.

próximamente

Tarragona

Bols

Tarragona

Loste

Los lectores que dispongan de información y/o fotografías de la fábrica de licores de origen holandés o de la planta de galletas pueden llamar al 977 29 97 13 o escribir a npe-rez@diaridetarragona.com.

Los móviles y tablets: oportunidad o amenaza

Joan Puig

Gerente de Riesgos Tecnológicos de Deloitte



Los recientes avances en dispositivos móviles, sumados a la omnipresencia de Internet en un entorno 'hiperconectado', se convierten en un factor clave para las empresas: una oportunidad para potenciar las capacidades de sus empleados, un nuevo canal para la relación con sus clientes y, al mismo tiempo, una amenaza para preservar la información a buen recaudo.

El auge del uso de móviles y tablets conectados a Internet abre nuevas posibilidades para los trabajadores de la información al desvincular su capacidad de gestionar y analizar información de su despacho u oficina. Actualmente pueden consultar datos actualizados de un cliente tomando un café antes de realizar una visita, consultar la agenda de los colaboradores para planificar una reunión o descargar la última versión del catálogo de productos u ofertas vigentes.

Pero el uso de las tecnologías de movilidad para el tratamiento de datos corporativos también expone esta información a nuevos riesgos si no se toman las medidas apropiadas. El robo o pérdida del dispositivo puede llevar a una fuga de información sensible, la instalación de software malicioso en dispositivos que no tienen las mismas medidas de protección que los PC corporativos puede afectar a los datos o las operaciones realizadas, y cuando otra persona tiene acceso al dispositivo puede suplantar la identidad y obtener acceso a los sistemas e información corporativos.

Al mismo tiempo entra en juego el fenómeno de la consumerización, que



consiste en que los empleados utilicen sus propios equipos informáticos o dispositivos móviles para realizar tareas de trabajo. Esto es posible ya que, por primera vez en la historia y de forma generalizada, los empleados cuentan con mejores herramientas a nivel personal que aquellas que la empresa pone a su disposición.

Para las empresas, la consumerización supone al mismo tiempo una oportunidad de reducción de costes y una amenaza adicional a la seguridad. Los propietarios de los dispositivos que tratan con información corporativa no siempre están dispuestos a aplicar controles de seguridad o a limitar las funcionalidades que puedan considerarse de riesgo.

Usar o no móviles y tablets en el entorno corporativo se debe decidir al sopesar las oportunidades que estos dispositivos permiten explorar y los riesgos que esta decisión conlleva. Sin embargo, conviene tener presente que una decisión negativa puede tener múl-

'Las tecnologías de movilidad exponen nuevos riesgos para el tratamiento de datos corporativos'

tiples consecuencias no previstas inicialmente: deterioro de la imagen corporativa por no adoptar avances tecnológicos ampliamente extendidos, o incidentes de seguridad debidos a que los empleados utilicen los dispositivos móviles aunque la empresa no lo permita (y proteeja) expresamente

Hay que tener en cuenta que ante estos nuevos riesgos, la tecnología y la educación del usuario ya ofrecen respuestas: el cifrado de datos o evitar almacenarlos en el dispositivo, la precaución en la instalación de aplicaciones para móviles (apps), o el bloqueo de móviles o tablets por inactividad y desbloqueo mediante un PIN o reconocimiento facial. Los móviles y tablets son herramientas, que bien gestionadas, son una oportunidad para las empresas.

UE-India: una negociación difícil

Jaume Giné Daví

Profesor de la Facultad de Derecho de Esade



Las relaciones entre la UE e India son ambivalentes. Comparten valores democráticos. Pero los indios creen que los europeos desconocen la realidad económica y social india. Tienen razón. Y les disgusta que, en las últimas décadas, la UE mirase más hacia China. Pero aquí se equivocan. China se modernizó y abrió antes y mejor su economía al exterior. Además, los indios también pecan de un conocimiento parcial y distorsionado de la realidad europea. La ven, a través de la óptica de Gran Bretaña, simplemente como un gran mercado. Nueva Delhi, al igual que Pekín, prefiere negociar indivi-

tualmente con Londres, París o Berlín que con Bruselas. El resultado: los nexos históricos no se tradujeron en unas fructíferas relaciones políticas y económicas hasta hace poco. Aunque tarde, los europeos empiezan a descubrir las grandes potencialidades de un país de 1.220 millones de habitantes y viceversa.

El 12 de febrero se celebró en Nueva Delhi la 12ª Cumbre UE-India. La UE es el primer socio comercial de India.

'Los europeos empiezan a descubrir las potencialidades de un país de 1.220 millones de habitantes'

Este país es el 8º de la UE. El comercio bilateral alcanzó el record de 84.000 millones de euros en 2010. En 2011, aumentó casi un 20% respecto al año anterior. Alemania es el mayor exportador a India (26%) seguido de Bélgica, Gran Bretaña, Italia y Francia. Y Gran Bretaña es el primer importador (17%), por delante de Alemania, Bélgica, Italia y Francia. La balanza comercial aún está equilibrada con un pequeño superávit para la UE. En cambio, España está muy ausente. En 2011, el comercio exterior alcanzó los 4.000 millones de euros. La tasa de cobertura es sólo del 45%.

La UE e India negocian desde 2007 un Acuerdo de Libre Comercio. Pero chocan con muchas dificultades, sobre todo en el sector del automóvil. Los indios pretenden que las marcas indias entren libres de aranceles al mercado

Europeo y a la vez, mantener un arancel del 30% a las exportaciones de coches europeos al mercado indio. Ahora aplican un arancel del 60% que más otros impuestos y costes duplican el precio final. En cambio, los coches indios entran en la UE con un arancel del 10% que baja al 6,5% al ser India considerada un país en vías de desarrollo. Resultado: en 2011, India exportó 223.102 coches a la UE e importó 4.002. La industria alemana se opone a todo acuerdo que no merezca ser calificado como de libre comercio. Los europeos aspiran a que India abra su mercado a los servicios financieros, legales, etc. Los indios piden que la UE se abra a la mano de obra cualificada india. Las negociaciones están encalladas. En plena crisis global, unos y otros son cautos a la hora de abrir más sus economías.

Fiscalidad y reforma laboral

Esther Vidal Falcó
Asociada de Garrigues Abogados



Una de las medidas previstas en el Real Decreto-Ley 3/2012, de 10 de febrero, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral es la creación de una nueva modalidad contractual por tiempo indefinido y a jornada completa aplicable, con alguna limitación, a las empresas que tengan menos de 50 trabajadores, con la finalidad de facilitar la contratación de trabajadores por parte de las empresas que representan la mayor parte del tejido productivo de nuestro país.

Dicha modalidad, denominada Contrato de trabajo por tiempo indefinido de apoyo a los emprendedores, se regirá por las normas generales del Estatuto de Trabajadores, con la única excepción de que el periodo de prueba será de un año.

Para aquellas empresas que, cumpliendo los requisitos, estén interesadas en la contratación de trabajadores, deberán tener en cuenta que la referida modalidad, además, permitirá la aplicación de los siguientes incentivos fiscales:

1.- En el supuesto de que el primer contrato concertado por la empresa se realice con un menor de 30 años, la empresa tendrá derecho a una deducción fiscal de tres mil euros.

2.- Adicionalmente, en el caso de contratar desempleados beneficiarios de una prestación contributiva por desempleo, la empresa tendrá derecho a una deducción fiscal por un importe equivalente al 50% de la prestación por



desempleo que el trabajador tuviera pendiente de percibir en el momento de la contratación, con el límite de doce mensualidades, de acuerdo con las siguientes reglas:

- el trabajador deberá haber percibido la prestación durante, al menos, tres meses;
- el importe de la deducción quedará fijado en la fecha de inicio de la relación laboral y no se modificará por circunstancias posteriores; y
- la empresa requerirá al trabajador un certificado del Servicio Público de Empleo Estatal sobre el importe de la prestación pendiente de percibir.

Ahora bien, para la aplicación de los citados incentivos se requiere que el

'Si el primer contrato concertado por la empresa es con un menor de 30 años, deducirá 3.000 euros'

empresario mantenga en el empleo al trabajador contratado al menos tres años desde la fecha de inicio de la relación laboral, procediendo al reintegro de los incentivos en caso de incumplimiento, salvo en los supuestos de despido disciplinario, dimisión, muerte, jubilación o incapacidad permanente total, absoluta o gran invalidez del trabajador.

Finalmente, si bien el texto legal no lo dice expresamente, parece razonable entender que estos incentivos son deducciones en la cuota del Impuesto sobre Sociedades (o del Impuesto sobre la Renta de las Personas físicas si fuera el caso), similares a las deducciones para incentivar determinadas actividades reguladas en el Impuesto sobre Sociedades, pero que no se encontrarían sujetas a las limitaciones previstas para estas últimas (con carácter general, el conjunto de dichas deducciones no podrá exceder del 35% de la cuota íntegra del Impuesto minorada en las deducciones para evitar la doble imposición interna e internacional y las bonificaciones).

Una reforma para los empresarios

Marc Carrera
Socio director de Oficina
Sagardoy Abogados



Keynes dijo en 1930 que a principios del siglo XXI trabajaríamos solo entre 15 y 21 horas a la semana y podríamos vivir con la mitad de los ingresos actuales, de forma que estaríamos centrados en como utilizar la libertad obtenida al haber conseguido desprendernos de la presión de las preocupaciones económicas.

Estamos en 2012 y la preocupación económica rige nuestra vida social. Ya no hay prácticamente nadie que no haya escuchado en algún momento las palabras PIB, deuda pública, FROB, tasa de paro, déficit, consolidación fiscal, mercados...

La economía decide las agendas políticas nacionales e internacionales y parece que por mucho que hacemos no conseguimos liberarnos de la preocupación económica. En este contexto se nos presenta una reforma laboral profunda, siguiendo un guion perfectamente milimetrado de reforma estructural por semana, donde la escenificación y el impacto mediático son tan importantes como el contenido.

Muchas son las valoraciones que podemos hacer de esta reforma, pero creo que convendréis conmigo afirmar que de entrada se ha conseguido transmitir un importante mensaje de tranquilidad a los mercados como es el de hacernos ver que alguien está pilotando esta nave, por bien o por mal, pero alguien está tomando decisiones y, por lo tanto, España no es un Concoria más a la deriva.

Más allá de este golpe de efecto, la reforma debe ser analizada en profundidad, pues si bien, como se ha dicho, pretende un cambio de modelo cultural en las relaciones laborales siguiendo el ejemplo de los países no-europeos, no debemos olvidar que nuestro modelo económico no es el de estos países, que destinan una parte muy importante de su riqueza a la protección social.

Aquí se ha apostado claramente por dos líneas de actuación: la ocupabilidad, potenciando la formación y los mecanismos de recolocación y la flexibilidad, reforzando el poder de dirección y organización empresarial, y creo que ambas cosas son necesarias y acertadas.

El resultado será una dinamización del mercado de trabajo. Que se cree ocupación neta no depende solo de esta reforma sino del crecimiento económico, pero no podemos ignorar que el crecimiento dependerá sobre todo de lo que haga nuestro tejido empresarial. Por lo tanto, se trata de satisfacer las demandas de nuestros empresarios, abriendo los canales del crédito financiero y reforzando la adaptación del marco normativo laboral a las circunstancias empresariales.

Ésta es la agenda política del Gobierno. Esta es la agenda económica de Europa. La predicción de Keynes tendrá que esperar.

Para no ser un mal inversor

Rafael Casellas Aparicio

Gestor Banca Privada
Caixa Penedès



Es evidente que nadie nace enseñado y que cada día todos nos equivocamos en algo y aprendemos cosas nuevas. Vivimos, además, en unos tiempos extremadamente cambiantes por lo que el aprendizaje y reciclaje continuo es obligado dada la velocidad de vértigo con la que nos movemos. No obstante y, a pesar de esta alta velocidad, en el mundo de las inversiones siempre han existido, existen y seguirán existiendo unas reglas de juego que nunca cambiarán y que deben respetarse. Por ello, les recomiendo leer y pensar en los siguientes consejos:

1.- Tener muy claro el objetivo de nuestra inversión: cuando nos planteamos invertir el dinero, la primera norma es saber qué finalidad tengo. Saber lo nos dará idea del tiempo de que disponemos, el perfil de riesgo a tomar y, en consecuencia, con qué vehículos construir nuestra cartera de inversión.

2.- Invertir versus especular: el ángel y el demonio del mundo de la inversión

se representan en estos dos conceptos. El primero, el menos peligroso y más recomendable, puede dar paso a un segundo estadio que tiene como origen la codicia, la temeridad y la ludopatía.

3.- Escuchar los consejos de un buen profesional: lea, escuche o hable con los profesionales que le puedan aportar ideas. Un buen profesional le dará ideas muy sencillas y muy básicas que determinan el éxito de su inversión.

4.- Aplicar el sentido común: en un gran número de ocasiones, no es necesario ser un tecnócrata de alto nivel para tomar ciertas decisiones de inversión. Un toque de sentido común nos ayudará a entender mejor las cosas.

5.- Saber decir 'basta': los beneficios, como en todo, nunca son infinitos. Una retirada a tiempo suele ser la mejor decisión y, como se dice popularmente, el último duro que lo gane otro.

6.- Umbral de insomnio: si una vez realizada la inversión cada noche le cuesta conciliar el sueño y oye el toque de todas las horas del reloj, revise entonces su cartera de inversión. Posiblemente esté tomando más riesgo del que puede tolerar.

7.- La amiga paciencia: saber esperar y no ponerse nervioso ante los altiba-

jos del mercado o las malas noticias que aparecen en los medios, tiene elevadas posibilidades de recompensa en el futuro. No tener paciencia y tomar hoy decisiones precipitadas, nos traerá seguramente un duro castigo.

8.- Diversifique y vencerá: no se la juegue a una sola carta aunque esté plenamente convencido de que su apuesta es la ganadora. Por si acaso, diversifique siempre.

Como pueden ver, no son consejos difíciles de cumplir. Siempre han existido en el mundo financiero pero muchos de ellos, a medida que éste se ha ido complicando, se han olvidado por completo. En unos tiempos como los que vivimos en los que el sector financiero está inmerso en un *back to basics*, aplicar estas sencillas reglas de juego puede dar excelentes resultados.

'Una retirada a tiempo suele ser la mejor decisión. Como se dice popularmente, el último duro, que lo gane otro'

Audi: sobre hielo y nieve

La Audi Winter driving experience, permite saber el comportamiento en la conducción sobre la nieve y el hielo de los propietarios o amantes de los vehículos Audi. P.15

Se ofrece en tres acabados: **Sport, Luxury y Modern**. Todos los motores son combinables con la caja de cambios automática de ocho velocidades. Está disponible a partir de los 29.950 €, para el 316d de 116 CV.

Marcando nuevos hitos

Lluís Milián Tarragona

La sexta generación de la berlina de la Serie 3 de BMW, el automóvil premium más vendido del mundo, vuelve a marcar hitos en materia de deportividad, elegancia y confort. La nueva expresión de BMW, con faros planos que llegan hasta la parrilla ovoide doble, acentúa el diseño dinámico y elegante de los modelos de la nueva Serie 3. En comparación con el modelo anterior, las dimensiones de la nueva generación son mayores, llamando la atención el ancho de vía (delante + 37 mm, detrás + 47 mm). También la mayor longitud (+ 93 mm) y el aumento la distancia entre ejes (+ 50 mm) subrayan la deportiva silueta del coche. El habitáculo del nuevo Serie 3 es perceptiblemente más espacioso, lo que beneficia a los pasajeros de la parte trasera. Por primera vez se ofrecen diversas líneas de equipamiento para el Serie 3: «Sport», «Luxury» y «Modern». Cada una de ellas acentúa de manera específica el carácter propio que tiene la nueva berlina deportiva. Las combinaciones exclusivas de materiales de alta calidad y el

acabado subrayan el ambiente selecto que impera en los modelos de la nueva Serie 3 de BMW.

La tecnología del conjunto propulsor y del chasis siempre distinguió a los modelos de la marca alemana. Por lo tanto, la agilidad y el dinamismo siguen siendo las propiedades que distinguen al nuevo Serie 3 berlina, que, aunque tiene mayores dimensiones, pesa hasta 40 kilos menos que el modelo anterior. La nueva versión destaca por el carácter deportivo propio de esta serie de modelos, que junto con el mayor nivel de confort acrecienta el placer de estar a los mandos del nuevo modelo.

Se ofrece con cuatro motores de suave funcionamiento, bajo consumo y gran capacidad de aceleración y recuperación. Todos ellos están equipados con la nueva tecnología BMW TwinPower Turbo. Además de dos motores en ciclo diésel y del motor de gasolina de seis cilindros, se incluye en la gama un nuevo motor turbo de cuatro cilindros de última generación. El motor del nuevo BMW 328i tiene un comportamiento muy dinámico, consume menos y sus emisiones son menores.

La innovadora caja automática de ocho velocidades ofrece perspectivas completamente nuevas. BMW es el primer fabricante de automóviles que ofrece una caja automática de ocho velocidades en el segmento de las berlinas premium. Esta transmisión automática, que puede combinarse con todos los motores diésel y de gasolina, funciona con el sistema start/stop incluido de serie.

Con esta caja, ahora más compacta y de optimizado grado de eficiencia, la nueva berlina BMW Serie 3 consume igual o menos que los modelos equipados con la caja de cambios manual de seis velocidades de serie.



Entrega deportiva de la potencia, notable eficiencia y conducción más confortable, para la séptima generación de la Serie 3 que ya está disponible en los concesionarios de la marca alemana.

Ficha técnica

Cilindrada:	1.997 cc.
Potencia 245 cv. 6500 rpm.	
Combustible:	gasolina
Consumo:	5,2 lts/km.
Velocidad máx.: 250 km/h.	
Aceleración:	6,1 seg.
Cambio:	auto. 8 relaciones
Emisiones CO2	147 g/km.
Longitud:	4.624 mm.
Anchura:	1.811 mm.
Altura:	1.420 mm.
Batalla:	2.810 mm.
Peso:	1.455 kgs.
Neumáticos:	225/50 R17
Dep. combustible:	60 lts.
P plazas:	5
Maletero:	480 lts.
Precio (desde):	29.950 €



Cómo aprender y disfrutar sobre la nieve

La experiencia incluye 2 forfaits de 2 días. El precio del cursillo es a partir de los 295 euros, precio para clientes de Audi.

El winter training se desarrolla en las más exigentes superficies. Tiene lugar en la estación andorrana de Grandvalira y los cursos se pueden hacer hasta el 8 de abril

Lluís Milián Tarragona

Todos los eventos de Audi Winter driving experience, tienen en común tres aspectos: lúdico, didáctico y demostración de las cualidades dinámicas que aporta el concepto *quattro* en cualquier superficie.

La conducción en constante derrapaje con el máximo control bajo la supervisión de los expertos instructores de Audi, proporciona una satisfacción especial a los participantes y permite asimismo mejorar al máximo todos aquellos aspectos que a posteriori nos apar-

tarán mayor seguridad al volante en cualquier situación y nos ofrecerán la posibilidad de optimizar al máximo todo el potencial que nuestro vehículo nos ofrece en seguridad y deportividad gracias a la mecanización de adecuadas reacciones y al específico

entrenamiento en el aspecto visual que se trabaja durante el training.

La anticipación así como la suavidad son las cualidades que definen a un buen conductor y precisamente éstos aspectos cobran especial importancia a la hora de sacarle el máximo

partido al vehículo sobre estas exigentes superficies (nieve y hielo) especialmente cuando la conducción se desarrolla en derrapaje controlado.

La gestión del paso por curva en "power slide" requiere del participante del mejor tacto de volante y el mayor control del gas así como de un adecuado manejo de la técnica de balanceo-contrabalanceo, necesaria para abordar la mayoría de las curvas del circuito con la mejor actitud del coche y con el mayor aprovechamiento del sistema de tracción *quattro*.

Son precisamente éstos los parámetros que se trabajan constantemente en pista de manera reiterada con lo que el condicionamiento de los reflejos adecuados para conducir mejor en general son la base del Audi Winter driving experience.

Poco a poco, curva a curva, vuelta a vuelta, el participante pasa a encontrarse cada vez más cómodo en esta exigente superficie y finalmente es capaz de sentir el control total sobre el vehículo, experimentando una clara mejora en sus actitudes de conducción.

Para mayor información sobre estos cursos: www.audi-drivingexperience.es o llamando al 902102071. Su precio a a partir de los 295 euros.

Da un paso adelante. Nuevo Clase C desde 29.300€*.

Es el momento de tomar decisiones y dar un paso adelante. Con el nuevo Clase C puedes disfrutar de un impresionante equipamiento de serie como el sistema Attention Assist, tecnología Led, Bluetooth, conexión USB y conexión Aux-in. Elige entre un C Coupé desde 34.000€* o un C Berlina desde 29.300€* y da un paso adelante.



Autollica

Concesionario Oficial Mercedes-Benz Ctra.Valencia-Barcelona, km.248, 43006,TARRAGONA, Tel.: 977 54 50 11 · Països Catalans,7-9-11, 43202, REUS, Tel.: 977 32 60 20 · Polígon. Mercaderies, 1 (Sortida 40 de ÍAP7 direcció ÍAldea), 43896 ÍAldea (TARRAGONA), Tel.: 977 45 18 38. Fax: 977 45 18 81, info@ttautollica.es

* PVP C 180 Coupé y C 200 CDI Berlina. IVA, IM y transporte incluido. Consumo medio 4.9 - 7,3 l/100 km y emisiones de CO₂ 127 - 169 g/km. Ofertas válidas hasta el 29/2/2012. Foto Berlina incluye llantas de aleación opcionales (1.157€).

la empresa

Ecowash limpia sin ensuciar

Llega a Tarragona la empresa especializada en limpieza a domicilio de vehículos

Rafel Villa Tarragona

■ Dicen quienes lo han probado que se nota la diferencia. Que tras pasar su vehículo por las manos de los representantes de Ecowash se han encontrado con una limpieza diferente, nada que ver con la de los túneles de lavado ni con la que está al alcance del aficionado que quiere y puede dedicarle muchas horas al lavado de su vehículo. Lo mismo que afirma Lucía Rodríguez, primera franquiciada en la provincia de Tarragona de esta empresa que ha hecho de la limpieza total sin afectar al medio ambiente su *leit-motiv* y su vía de crecimiento.

El mensaje que vende Ecowash es el de limpiar el coche con un sistema que permite resultados mejores que los tradicionales, sino que además no utiliza agua ni deja residuos en el medio ambiente, con lo que ello supone de mérito para el cuidado del medio ambiente. Los productos que utiliza para ello, además, son «completamente inocuos y no se derrama nada, no ensuciamos nada», según presume Lucía Rodríguez, quien subraya que también repelen la suciedad, por lo que la limpieza dura más tiempo.

Ecowash es una franquicia nacida hace nueve años pero que ya cuenta con más de 40 franquiciados en todo España y algunos de ellos fuera del país. Creada por Adrián Martell en Elche, ha vivido una rápida expansión en parte gracias a la baja inversión que requiere del



Lucía Rodríguez es la delegada de Ecowash en Tarragona Ponent desde mediados de enero. FOTO: LLUÍS MILLÁN

franquiciado (según el especialista en franquicias Tormo, 15.000 euros más el IVA, que incluyen los materiales y maquinaria para utilizar) y a que no requiere un local, ya que es el propio franquiciado quien se mueve sobre el terreno que tiene asignado para realizar los servicios a domicilio.

«Como que somos nosotros los que vamos al domicilio del cliente, éste puede disfrutar de su tiempo, sea trabajando o estando con su familia, y tiene su vehículo completamente limpio el mismo día y sin tener que esperar para utilizarlo, porque para limpiar los tejidos sólo se usa un 5% de humedad, así que

la tapicería no queda mojada», explica Lucía Rodríguez.

Los servicios de Ecowash empezaron por la limpieza de vehículos, tanto el interior como el exterior. Pero se han ampliado a otro tipo de limpiezas, desde el mobiliario de viviendas u oficinas hasta las embarcaciones, aunque en este caso

Los productos que utiliza la firma son inocuos y no realiza vertidos

evidentemente no llegan al casco sino que limpian las partes que utilizan los tripulantes, ya sea en la superficie como en el interior de la nave. Los precios cambian en función del objeto a limpiar, pero para hacernos una idea, una limpieza completa de un automóvil por dentro y por fuera cuesta 39,50 euros, que incluyen el desplazamiento –no el IVA–, y dura entre dos y tres horas.

Lucía Rodríguez comenzó como franquiciada de Ecowash desde mediados de enero y se muestra segura del éxito: «Si ha funcionado en más de 40 delegaciones, ¿por qué aquí no?», se pregunta.

el broker



la cifra

52.000

millones de euros es el impacto que tendrá en las entidades bancarias la actualización inmobiliaria derivada de la reforma financiera que se ha aprobado esta semana, 2.000 más de los previstos.

el runrún

¿Demasiado dura para ir a elecciones?

Cada día que pasa aparecen detalles de la reforma laboral que ennegrecen el panorama. Tanto, que el candidato del PP en las elecciones a la Junta de Andalucía, Javier Arenas, ya está dejando caer aquello de que 'puede ser negociable'. ¿Habla por su cuenta, o con fundamento de causa?

@ a la última

Apple está preparando la salida del iPad 3

■ Pese a que Apple no ha confirmado los rumores sobre cuándo llegará el iPad 3, los propietarios de las dos primeras generaciones del 'tablet' de Apple se han apresurado a vender sus dispositivos en tiendas de segunda mano. Estos establecimientos han visto un aumento en la compra-venta a través de sus páginas webs en torno a un 500 por ciento.

Los rumores sobre la nueva generación de iPad no dejan de

salir a la luz. Nuevo procesador, nueva pantalla, conectividad LTE, ... son algunos de ellos pero los de Cupertino -fieles a su política de producto- no han confirmado ni desmentido nada. Pero no hace falta que Apple confirme nada. Tal es la fiebre por los nuevos productos de la compañía que los usuarios son capaces de hacer cualquier cosa por hacerse con ellos.

Dos empresas de compra-venta de aparatos electrónicos,

Gazelle y NextWorth, aseguran que han experimentado un aumento de su tráfico web en la sección donde se encuentra el iPad de Apple, aumentándose considerablemente el volumen de ventas de las dos primeras generaciones.

La razón se debe a que los propietarios de las dos primeras generaciones de los 'tablets' de Apple quieren conseguir el nuevo iPad 3 que se espera la primera semana de marzo.



Usuarios de iPad se apresuran a vender sus 'tablets' a la espera del nuevo modelo.