

ECONOMÍA

España, a la cabeza de la UE en falsificación de cosméticos

IGNACIO FARIZA, Madrid

Las falsificaciones de cosméticos drenan cada año 4.700 millones de euros a las arcas del sector, el 7,8% de las ventas totales. Un estudio de la Oficina para la Armonización del Mercado Interior (OAMI), la agencia comunitaria encargada del registro de marcas, dibujos y modelos en la Unión Europea, publicado ayer cuantifica en 50.000 los puestos de trabajo perdidos en el Viejo Continente como consecuencia directa de las falsificaciones de perfumes, maquillaje y artículos de higiene personal como cremas de protección solar y champú. El organismo, con sede en Alicante, sitúa a España a la cabeza de la UE en falsificaciones, tanto en términos relativos (afectan al 17,1% de las ventas del sector) como en términos absolutos (fabricantes, minoristas y distribuidores pierden 949 millones cada año), seguida por Italia y Francia.

Si se tienen en cuenta los efectos indirectos sobre terceros sectores, el impacto de las falsificaciones de cosméticos se eleva hasta los 9.500 millones y los 80.000 empleos. La recaudación fiscal sufre, según el informe cifras, una merma de 1.700 millones anuales.

Las medianas empresas crean en Europa el 17% del empleo

EL PAÍS, Madrid

Las empresas medianas generan el 17% del empleo, el 20% de los ingresos y el 18% del valor añadido bruto de la UE, pese a representar únicamente el 1% del censo de compañías del Viejo Continente. Así lo revela un estudio sobre estas corporaciones realizado en 12 de las mayores economías europeas por el Centre for Economics and Business Research británico por encargo de la consultora Sage.

El estudio revela, además, que las empresas de tamaño medio —“demasiado grandes para ser consideradas pequeñas, pero de menor tamaño que las cotizadas”— suponen el 17% del mercado exportador europeo y son responsables del 15% del gasto en I+D. Por países, el informe destaca el peso de las empresas medianas en Holanda y en Portugal (donde suman, respectivamente, el 23% y 22% del valor añadido bruto) y en Irlanda y en Polonia (donde suponen la quinta parte del mercado laboral).

Las grandes cadenas lideran las ventas, y el pequeño comercio el empleo

Las compras en el sector minorista avanzan el 3% y encadenan seis meses al alza

CRISTINA DELGADO, Madrid

Las ventas del comercio encadenan seis meses de subida en comparación con el año anterior. El negocio todavía está lejos de los niveles previos a la crisis, pero poco a poco va recuperando fuelle. En enero, crecieron el 3% interanual, una vez corregidos los datos de los efectos estacionales y de calendario, para que sean comparables con 2014. Si se incluyen las estaciones de servicio, el alza llegó al 4,1%, según datos del Instituto Nacional de Estadística. La mejora, sin embargo, es desigual: llega de la mano sobre todo de las grandes cadenas y las grandes superficies, que disparan su negocio, mientras al pequeño comercio la recuperación llega despacio. En el lado del empleo, sin embargo, son las tiendas pequeñas las que más puestos de trabajo crearon al inicio del año.

La recuperación de las ventas comenzó a despertar en agosto de 2014, aunque entonces, con un timido 0,3%. Poco a poco los crecimientos se han afianzado y tocaron su máximo en diciembre, con una campaña navideña un 5,6% superior en ventas con respecto al año anterior. El 3% de crecimiento registrado por el sector minorista este enero fue el mayor avance para un primer mes del año desde 2007.

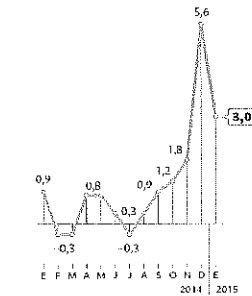
Pero el 2015 no ha empezado igual de bien para todos los formatos. Las grandes cadenas y las grandes superficies son las más beneficiadas por la recuperación del consumo: sus ventas

El comercio al por menor

Sin estaciones de servicio, a precios constantes y corregidos de efectos de calendario.

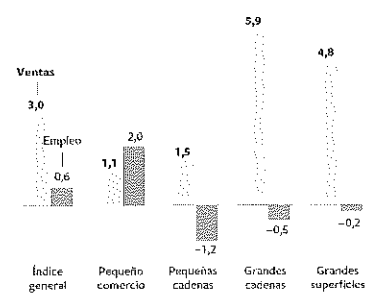
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

Variación interanual, en %



EL SECTOR EN ENERO

Variación interanual, en %



Fuente: INE.

EL PAÍS

Las tiendas de barrio han perdido desde 2007 un 30% del negocio

crecieron el 5,9% y el 4,8%, respectivamente. Mientras, las compras en las tiendas de barrios y pequeñas cadenas avanzaron el 1,1% y el 1,5%, respectivamente.

Por lo que respecta al empleo en este sector, de media, avanzó el 0,4% interanual en enero. La evolución es casi la contraria a la de las ventas: los comercios cuyo negocio menos crece son los que

más puestos de trabajo han generado. El empleo aumentó el 2% en el pequeño comercio, frente a la destrucción de puestos del 0,5% que registraron las grandes cadenas al inicio del año y el 0,2% menos de las grandes superficies, siempre en comparación con enero de 2014.

Pese al buen ritmo de la mejora de ventas, el negocio de las tiendas todavía está tocado por la larga crisis y la fuerte rebaja del consumo en España. En puntos, el índice del comercio al por menor está todavía un 23% de media por debajo de los niveles de 2007. Y los datos de enero muestran un claro ganador en la recuperación: las grandes cadenas de tiendas. Son las únicas

que ya han dejado atrás la crisis. El índice de comercio al por menor en su caso está ya por encima de las cifras de enero de 2007. Mientras, el de las grandes superficies sigue un 25% por debajo y el de los pequeños comercios, más del 30%.

También en el empleo las grandes cadenas han vuelto al nivel anterior a la crisis e incluso el índice de empleo se sitúa casi dos puntos por encima del inicio del 2007. El pequeño comercio, por su parte, todavía está cuatro puntos porcentuales más abajo que entonces. Y son las grandes superficies las que tienen sus plantillas más reducidas con respecto a los momentos precrisis: un 14,7% por debajo.

Los bajos costes atraen a Ryanair al aeropuerto de Castellón

LORENA ORTEGA, Castellón

La compañía irlandesa Ryanair será la primera en operar en el aeropuerto de Castellón. La aerolínea explicará hoy miércoles el acuerdo alcanzado con el holding canadiense SNC-Lavalin, que hace un año se hizo con la gestión de esta infraestructura, para operar regularmente en su base. El compromiso, del que todavía no ha trascendido ningún dato, llega cuando se cumplen justo cuatro años desde que el expresidente del PP de Castellón y de la Diputación provincial, Carlos Fabra, inaugurara el polémico aeropuerto. El *huitizo* se hizo con obras sin terminar y sin haber obtenido todos los permisos necesarios para recibir los vuelos.

El responsable de ventas y marketing de la compañía para

España y Portugal, el responsable de nuevas rutas y, por SNC-Lavalin, el director del aeropuerto, Alain Russel, serán los encargados de avanzar el acuerdo. La aerolínea de bajo coste ya había mostrado anteriormente su interés. El director financiero, Neil Sorahan, manifestó a principios de febrero que no “descartaba” operar en el hasta hace poco conocido como *aeropuerto peatonal* pero destacó que era “clave” obtener “costes bajos”. El aeropuerto de Castellón es uno de los que ofrecen las tarifas más bajas del entorno con el objetivo de captar vuelos. Y los bajos costes son el principal objetivo de Ryanair. La simbiosis es perfecta.

Desde antes de la inauguración, pero sobre todo desde que la Generalitat valenciana sacó un concurso la explotación del aere-



Estreno del aeropuerto de Castellón en enero pasado. / MIGUEL SÁNCHEZ

puerto que nació como iniciativa privada, no han cesado los contactos para tratar de cerrar un acuerdo para que las pistas ubicadas a unos 30 kilómetros de la capital navieran líneas regulares. Las últimas previsiones de SNC-Lavalin estimaban que este año el aeropuerto recibiría 35.000 pasajeros (contando ida y vuelta). El plan director de 1998 estableció cerca de 200.000 el primer año.

La presentación del acuerdo se hará en la Diputación de Castellón. Su presidente, Javier Moliner, del PP, que hasta ahora se había desentendido de la instalación, hizo referencia al acuerdo vía Twitter: “Tras meses de trabajo, vale la pena dejar unas horas las fiestas [la ciudad está en plenas fiestas fundacionales] por cerrar acuerdos de futuro para Castellón”.

press **CONTRATO** FIRMAR POR ENTREGA DEL PRODUCTO. PAGO REQUERIDO. A LA FOLIA 174.5684. CONTINÚA EN PRODUCTOS DE REPUBLICA S.A.