

**ECONOMÍA**

# 'Refinanciar la deuda' o 'reducir costes', entre los consejos de la Cámara contra la crisis

La entidad cameral ha elaborado un catálogo con 25 recomendaciones que enviará a todas las empresas

RAQUEL PÉREZ

ALMERÍA.— Los 34 empresarios que forman parte del Pleno de la Cámara de Comercio de Almería han consensuado un catálogo con 25 recomendaciones a las empresas y administraciones para superar la crisis. Refinanciar la deuda, pasándola de corto a largo plazo o reducir los costes directos e indirectos, son algunos de los consejos que se incluyen de cara al tejido empresarial. Los integrantes del Pleno de la institución cameral representan a la práctica totalidad de los sectores económicos de la provincia.

Desde la Cámara se ha puesto de manifiesto que la crisis no está afectando de igual manera a cada empresa, ya que cada una presenta una realidad diferente. Mediante un comunicado, la institución cameral señala la coincidencia en las opiniones expresadas sobre el diagnóstico, siendo unánime la postura de que «la economía es, a día de hoy, un enfermo que necesita oxígeno, por lo que es necesario afrontarla desde una óptica lo más optimista posible».

El Pleno de la Cámara ha constatado con unanimidad que el gran drama de esta crisis es la destrucción del empleo, ya que detrás de cada parado hay un drama personal. «Este efecto, que está incidiendo además en buena parte sobre el colectivo inmigrante, hace más que imprescindible la necesidad de intensificar los esfuerzos encaminados a mantener la paz social», indica la Cámara de Comercio.

En este contexto, la institución cameral, si bien ha realizado un análisis sectorial, se ha centrado principalmente en un plano más general para definir una serie de medidas y propuestas, que a modo de recetas, son de aplicación en dos vertientes: en el ámbito empresarial y en el ámbito de las Administraciones.



Reunión del Pleno de la Cámara de Comercio, integrado por 34 empresarios que representan la economía almeriense. / EL MUNDO

Una conclusión fundamental puesta sobre la mesa en este foro de debate que ha sido el Pleno como máximo órgano de gobierno de la institución, ha sido la conveniencia de «trasladar a las Administraciones la gran necesidad de oxígeno existente».

Partiendo de las reflexiones elaboradas por la presidencia y la dirección de la Cámara y completada con las aportaciones de los miembros del Pleno, la institución que aglutina a más de 42.000 empresas almerienses ha elaborado sendos decálogos de propuestas dirigidos a las empresas y a las Administraciones.

De las 25 recomendaciones, 14 están dirigidas a la administración y el resto a las empresas. «Proporcionar liquidez mediante el acceso a la financiación pública

disponiendo de un período de carencia de 24 meses y aplicar una moratoria a los créditos de las familias», es la primera de las recomendaciones a la administración.

**«La economía es, a día de hoy, un enfermo que necesita oxígeno, hay que afrontarla con optimismo»**

Asimismo, se recomienda a las administraciones dotar de mayor presupuesto el Plan de Innovación Industrial de Almería, crear una oficina de captación de inversores para la provincia y reducir los expedientes de regulación de

empleo para pequeñas y medianas empresas, entre otras.

En cuanto a los consejos para combatir la crisis desde las empresas, la Cámara apuesta por que se amplíen los mercados mediante la apertura de nuevos destinos tanto a nivel nacional como internacional, apostar por la formación conjunta, desprenderse de todo aquello que no genere valor, ofrecer productos y servicios lo más diferenciados posibles y adecuar la estructura a la coyuntura general.

La Cámara de Comercio enviará el catálogo con las 25 recomendaciones a las más de 42.000 empresas que integran la institución, mediante una carta personalizada del presidente exponiéndoles las propuestas acordadas por el Pleno de la entidad.

## La venta de coches baja en octubre un 49%, con 850 unidades

R. P.

ALMERÍA.— Las matriculaciones de turismos y todoterrenos registraron una caída del 49,1% en Almería el pasado mes de octubre, hasta situarse en 850 vehículos vendidos, según datos de la Dirección General de Tráfico facilitados a Faconauto, la federación que agrupa a los 3.000 concesionarios oficiales de España. Esta caída es superior al descenso del 40% registrado en el mercado español, en el que se contabilizaron un total de 77.458 vehículos matriculados.

Este comportamiento negativo de las ventas de vehículos en Almería se debió, especialmente, al descenso de las ventas de todoterrenos, que registraron un retroceso del 65,7%, hasta situarse en 60 unidades vendidas. Por su parte, las ventas de turismos cayeron un 47,2%, contabilizando un total de 790 vehículos matriculados en la provincia en octubre.

Por canales, destaca el retroceso registrado en las ventas a flotas de alquiler y particulares con un descenso del 46,1% y del 33,6%, respectivamente, en lo que va de año. Asimismo, las ventas a empresas experimentaron una caída del 26,5% en lo que llevamos de ejercicio. Asimismo, el segmento de vehículos industriales registró una bajada del 35,1%, con un total de 317 matriculaciones.

## Hoy arranca la campaña para promocionar el desayuno andaluz

R. P.

ALMERÍA.— Desde hoy y hasta el próximo mes de abril, la Junta de Andalucía junto a otras entidades llevarán a cabo en cien centros escolares de la comunidad la campaña *Conoce el desayuno andaluz*. Esta actividad está dirigida a escolares de entre 8 y 11 años. El objetivo es informarles sobre los sistemas de alimentación saludable y la integración de estos productos andaluces tradicionales y de calidad.

Para llevar a cabo esta campaña, la Junta de Andalucía cuenta con la participación de la Fundación del Jamón Serrano y los Consejos Reguladores Aceite de Oliva Virgen Extra Antequera, Montoro Adamuz y la Indicación Geográfica Protegida Tomate La Cañada-Níjar. En cada uno de los colegios donde se desarrollará esta actividad se realizarán talleres informativos y lúdicos impartidos por nutricionistas especializados en la alimentación infantil, que se complementarán con una parte práctica, consistente en la entrega de una caja con los productos referidos.

# Hortyfruta achaca los bajos precios a la baja calidad y exceso de producción

R. PÉREZ

ALMERÍA.— Tras varias semanas con bajos precios en un gran número de hortalizas, la Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas de Andalucía (Hortyfruta) se reunió ayer para analizar la situación actual de la campaña. De nuevo, como en ocasiones anteriores, el exceso de producción y las bajas calidades detectadas en algunos productos, son a juicio de Hortyfruta motivos que están afectando a las cotizaciones hortofrutícolas.

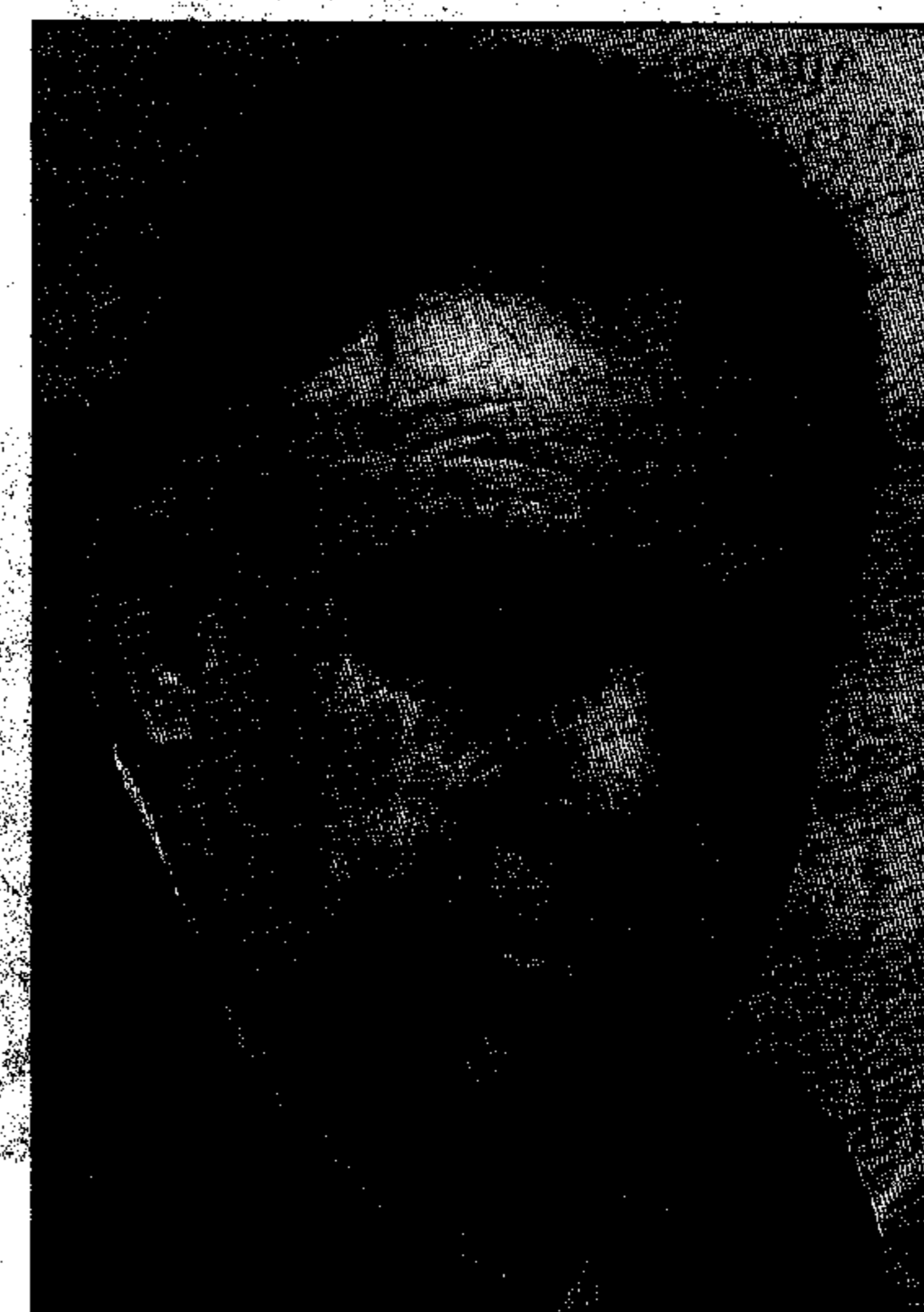
Para la organización andaluza las cuestiones que están afectando a la horticultura son el aumento de la producción local en hectáreas de determinados productos como berenjena, calabacín o pepino; la pre-

sencia de las producciones locales en el centro de Europa debido a las buenas temperaturas; además no ha hecho frío y todavía hay producciones propias; las bajas calidades detectadas en algunos productos; la fase de entrada al mercado en la que se encuentra el sector, por lo que es habitual que haya una situación de inestabilidad; el aumento de producciones en Holanda (tomate) e Israel (pimiento) y el descenso generalizado del consumo de productos en fresco debido a la crisis.

La Interprofesional espera que la confluencia de estos factores amaine en unas semanas debido a la entrada del frío en Europa, el aumento significativo de la cuota de mercado del sector andaluz, la inexistencia

de producciones locales en los países de destino y a la bajada en la calidad de los productos holandeses. «Los análisis realizados por Hortyfruta no se habían hecho hasta el momento y lo que pretendemos con ellos es informar al sector de la situación de la campaña y promover que se lleven a cabo distintas acciones. Hortyfruta no puede comercializar, deben ser las empresas comercializadoras las que tomen las medidas oportunas en cada caso», señala la gerente de la Interprofesional, María José Pardo.

El pasado miércoles la Interprofesional acordó la suspensión de la comercialización de la segunda categoría de berenjena larga en toda Andalucía. Además decidió seguir



José Martínez Portero. / EL MUNDO

la situación de cerca para el resto de los productos dado que la situación actual de inicio de campaña está siendo muy complicada, especialmente para el pimiento, pepino y calabacín.