

EMPRESAS

Breves

Caja de Guadalajara

La Caja de Ahorro de Guadalajara ha obtenido 580 millones de beneficios en los nueve primeros meses del año, lo que ha supuesto un incremento de más del 44 por ciento con respecto al mismo periodo de 1996. Según ha anunciado el presidente de la Caja de Guadalajara, Juan Pablo Sánchez, «los resultados de este año van a batir nuevamente el récord de la entidad», donde el volumen total de negocios gestionados ha superado el 16 por ciento y también se ha registrado un «importante» incremento en la inversión crediticia, por encima del 14 por ciento.

Fecmes

La Federación Empresarial de Castilla-La Mancha de Economía Social (Fecmes) y el Ayuntamiento de Sonseca (Toledo) han firmado un convenio de colaboración para promover el desarrollo de las empresas de esta localidad y su comarca mediante el impulso de todas aquellas actividades que puedan contribuir a mejorar su competitividad. El convenio prevé la organización del denominado Servicio de Atención Personalizada (SAP), un servicio cuyo fin es facilitar el acceso a toda la información que sea de interés potencial para las empresas de la comarca.

ICSA

Los trabajadores de Internacional de Composites (ICSA) han reclamado el apoyo del alcalde de Toledo y presidente regional del PP, Agustín Conde, para evitar la privatización de esta empresa, creada tras el cierre de la Fábrica de Armas de la capital. El presidente del comité de empresa de ICSA, Francisco de la Cruz, hizo un llamamiento a Agustín Conde para que se reúna con los representantes de los trabajadores y les informe de las intenciones del Gobierno central respecto a esta empresa, para despejar las incertidumbres sobre futuras privatizaciones.

Mayasa

El Comité Intercentros de la empresa Mayasa (Minas de Almadén y Arrayanes) ha presentado a la dirección un plan de futuro para los trabajadores de la factoría de Almadén, basado en la potenciación de las minas de mercurio y la inversión en investigación. El Plan de Futuro es un documento alternativo al Plan a Largo Plazo que dio a conocer la dirección de la compañía el pasado mes de junio y que planteaba reducciones en la plantilla de trabajadores a través de bajas incentivadas.

Apepal

La Asociación Provincial de Empresarios de Papelería y Librería (Apepal) ha denunciado que algunas copisterías de Ciudad Real están fotocopiando libros de texto. Apepal considera que estos hechos pueden constituir un delito contra los derechos de autor y propiedad intelectual; además, Apepal ha indicado que el fotocopiado de libros de texto es una práctica que provoca unas pérdidas que podrían estar próximas a los cien millones de pesetas anuales.

Adapt y comercio rural: las dificultades de la modernización

LOS pequeños y medianos comerciantes de la provincia de Guadalajara están descubriendo las ventajas de organizarse y afrontar la problemática reconversión en un sector en el que cada vez es más difícil competir. Sobre todo en el medio rural. Por ello, los responsables del programa de desarrollo rural Adapt, de iniciativa comunitaria, intentan descubrirles a los comerciantes las ventajas de ofrecer mejor calidad a menor precio, merced a convenios con distribuidoras.

Guadalajara. M. R.
El programa comunitario Adapt, financiado por la Unión Europea y por la Diputación de Guadalajara, tiene, entre sus objetivos, el desarrollo de la economía en el mundo rural. Entre sus sectores destaca el del comercio, uno de los más deficitarios de la provincia por ser de los más retrasados en afrontar una reconversión tecnológica. El responsable de este sector en el programa Adapt de Guadalajara, José Antonio Pérez, destaca las dificultades de modernización.

- ABC: ¿De qué forma trabaja Adapt con los comerciantes de la provincia?

- José Antonio Pérez: En estos momentos estamos «ensayando» lo que sería una agrupación de comerciantes, que por el momento, no tiene entidad jurídica, y que se encargaría de hacer que las operaciones comerciales sean más beneficiosas para el sector. De hecho ya se están llevando a la práctica algunas operaciones, tras contactar con distribuidoras que están dispuestas a ofrecernos precios más bajos para estimular a los comerciantes a participar en esta iniciativa.

- ABC: ¿Cuántos comerciantes se han integrado ya en el programa y de qué sector son los más habituales?

- J.A.P.: Alrededor de 20, dedicados, básicamente a la alimentación.

- ABC: ¿Por qué este sector es el más numeroso?

- J.A.P.: Porque es el que más deficiencias viene presentando en las zonas rurales (también en las grandes ciudades, pero el programa Adapt busca el desarrollo del mundo rural). El princi-



pal muro con el que chocan es el de la falta de competitividad con otros tipos de comercios más competitivos, destacando el caso de las grandes superficies. Por este motivo, estas pequeñas empresas son las que más ayuda necesitan.

- ABC: ¿De qué otra forma incide Adapt en las ayudas al sector?

- J.A.P.: Mediante cursos de formación y de preparación. Por ejemplo, hemos realizado cursos de escaparatismo y de mercadotecnia. Hemos realizado dos cursos este verano, uno en la zona de la sierra, alcarria y campiña y otro en el Señorío de Molina. Con estas iniciativas pretendemos que los comerciantes rurales descubran que pueden obtener unos mayores márgenes de beneficios.

- ABC: ¿Hay ya resultados objetivos de las campañas?

- J.A.P.: En realidad es un poco pronto, puesto que el desarrollo del programa comenzó el pasado mes de agosto. Pero lo que sí preveemos es realizar una evaluación de los resultados al término del mismo, que será a finales de diciembre de 1997. Será entonces

cuando expongamos el resultado de las encuestas que estamos realizando sobre calidad, variedad de productos, evolución de ventas, etcétera. Puntos todos estos básicos para el desarrollo del comercio rural.

- ABC: ¿Cómo han sido las campañas del programa?

- J.A.P.: Hicimos una de captación de comercios hablando con ellos pueblo por pueblo para convencerles de las ventajas de agruparse y defenderse. De esta

forma pretendemos crear las bases de una futura asociación de comerciantes rurales. Pero crearla no es nuestra función sino que deben ser ellos quienes tengan esa iniciativa, una vez conocidas las ventajas de emprender la evolución técnica y comercial que demandan consumidores y mercado en general.

Asimismo, hemos realizado una campaña informativa destinada a los consumidores para que descubran las ventajas del pequeño comercio.

- ABC: ¿Qué presupuesto de Adapt recibe este programa destinado al sector comercial?

- J.A.P.: Este programa no contempla ayudas económicas en forma de subvenciones o para el desarrollo de los comercios, sino que destina un diez por ciento para el autoempleo y para cursos de formación y mejora específicos. En realidad, Adapt, lo que intenta es crear las bases del desarrollo integral del mundo rural, incitando a los empresarios a organizarse y descubrir las ventajas que le ofrece la adaptación del sector al nuevo mercado. Un mercado cada vez más difícil porque cada vez es más competitivo.