

Expansión

© Unidad Editorial, Información Económica SLU, Madrid 2009. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser -ni en todo ni en parte- reproducida, distribuida, comunicada públicamente ni utilizada o registrada a través de ningún tipo de soporte o mecanismo, ni modificada o almacenada sin la previa autorización escrita de la sociedad editora. Conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, "queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de esta publicación con fines comerciales a través de recopilaciones de artículos periodísticos"



Eduardo Martínez Abascal

Medidas anticrisis: ¡Pagar a tiempo!

El modo de parar la crisis es que las empresas funcionen y, si es posible, que se creen más. Si las empresas funcionan, se mantendrá el empleo y, con él, se reanimará el consumo y aumentarán las ventas que llevarán a nuevas contrataciones y a volver al proceso de crecimiento. Por el contrario, el mejor modo de ahondar en la crisis es dejar que las empresas sigan cerrando. Por tanto, se trata de ir tomando pequeñas (o grandes) medidas que faciliten la vida a la empresa y le ayuden a salir de sus problemas.

Uno de los problemas clave hoy en día es la falta de financiación. Y este problema es más grave para las pymes: un banco siempre está más dispuesto a prestarle a Repsol que a Pérez Hermanos S.L. Pero resulta que el 97% de los 3,3 millones de empresas existentes en España son pymes que emplean a menos de 20 empleados (datos INE, de agosto).

Resulta que en España tenemos la mala costumbre de pagar muy tarde: de 90 a 120 días es muy común... y 180 también. Y como cobramos tarde, el dinero que no cobramos hay que pedirlo prestado al banco. Si una empresa vende 100 euros al año y cobra a 90 días, como 90 días es la cuarta parte de un año, tendrá en su balance una deuda de clientes de 25 euros, la cuarta parte de las ventas del año, no es poco dinero. La partida de clientes por cobrar suele ser en muchísimas empresas una de las más importantes del balance. Y claro, tendrá que pedir al banco prestado ese dinero. Sólo si la empresa es grande, podrá hacer lo mismo con los proveedores y pagarles tarde. Resultado: las empresas pequeñas son las que más tarde cobran y más financiación necesitan y son las que menos posibilidades tienen de conseguir esa financiación del banco. De toda esta pelota de empresas que se pagan tarde entre ellas, el único beneficiario es el banco que les da la financiación a todos.

Solución. Muy sencillo. En Europa, se paga en promedio a unos 60 días: es lo que marca la directiva europea sobre el comercio. Pues bastaría con exigir que se cumpla ese plazo. Incluso ir a más, reducir el plazo de pago a 30 días... al menos durante la crisis. No se resolverían todos los problemas, pero se suavizaría al menos el problema financiero. Más sencillo todavía: ¡que el sector público (comunidades autónomas, ayuntamientos, seguridades sociales, etc.) pague a tiempo a sus proveedores! No es una medida costosa y algo ayuda; como afirma el dicho: "un grano no hace granero, pero ayuda a su compañero".

Profesor del IESE

EL GIGANTE ESTADOUNIDENSE CAMBIA DE ESTRATEGIA EN EL MERCADO ESPAÑOL Y SACA A LA VENTA 'CHESTERFIELD' EN PICADURA CON UN PRECIO DE 2,60 EUROS EL PAQUETE DE 30 GRAMOS.

Philip Morris se rinde al boom del tabaco de liar

I.Elizalde. Madrid

Philip Morris se rinde al éxito del tabaco de liar, una categoría que gracias a un menor precio está arrasando en los estancos y que acumula un crecimiento del 52% en los ocho primeros meses del año. Según los datos del Comisionado para el Mercado de Tabacos (CMT), la picadura de liar equivale ya al 3% de las ventas de cigarrillos.

El gigante estadounidense ha tardado casi cuatro años en seguir los pasos de Altadis (ahora propiedad de Imperial Tobacco), que fue la primera compañía en España en lanzar una marca reconocida en picadura para liar. En octubre de 2005, el gran rival de Philip Morris puso en el mercado *Fortuna Picadura* al precio de un euro el paquete de 20 gramos (ahora, cuesta 1,75 euros). Poco después, British American Tobacco (BAT) siguió sus pasos con el lanzamiento de *Pall Mall*. Otras enseñas de renombre, como *Ducados* de Altadis o *Lucky Strike* de BAT también han saltado a la picadura de liar.

'Roll Your Own'

Philip Morris anunció ayer el lanzamiento de *Chesterfield Roll Your Own*, con un precio de 2,60 euros el paquete de 30 gramos, equivalente a 30 cigarrillos. El precio de una cajeti-

La nueva versión 'Roll Your Own'



Nuevo mercado

- El tabaco de liar vive su momento de oro en España. El espectacular crecimiento de 2008 se ha consolidado este año con la crisis.
- Esta categoría es más barata por sus menores impuestos y porque el coste del producto es más bajo.
- Altadis es el líder de la categoría con una cuota de mercado del 45%, gracias a una cartera de diez marcas.

lla de *Chesterfield* es de 3,20 euros. La compañía explica que esta iniciativa "surge como respuesta a la demanda de los fumadores adultos y a las nuevas tendencias de consumo, con un toque más urbano, más cercano y más auténtico". La elección de esta enseña dentro de la oferta de la compañía responde a su buena acogida entre los fumadores de 18 a 29 años, que es el tipo de público que más se ha adherido al tabaco de liar.

Chesterfield es la cuarta marca más vendida en España (por detrás de *Marlboro*, *Fortuna* y *Winston*), con una cuota de mercado del 9,6% hasta agosto y unas ventas en este periodo de 264 millones de cajetillas, con un valor de 750 millones de euros. Aunque Philip Morris ya tenía en el mercado otras referencias

de tabaco de liar, como *Interval Blond*, *Picadura Fina Superior*, *Picadura Selecta* y *Picadura Ideales al cuadrado*, el lanzamiento de *Chesterfield Roll Your Own* representa un cambio estratégico, ya que se trata de una marca muy conocida en España. *Chesterfield* fue la primera enseña americana en llegar al mercado nacional en los años cincuenta.

Tras la decisión de Philip Morris, sólo Japan Tobacco Internacional, el propietario de *Winston*, se resiste al tabaco de liar. Con un reposicionamiento a la baja en precio, *Winston* se ha convertido en la tercera enseña del mercado, con una cuota de 10,7%.

La subida de los impuestos para el tabaco de liar el pasado julio conllevó un incremento de los precios del producto, pero aún así es más barato que el cigarrillo tradicional.

CONTAINERCLICK

Venta y reservas para el transporte de contenedores en sólo tres pasos

www.renfe.com/mercancias

renfe

Mercancias

EL TIEMPO

ESPAÑA				EUROPA				MUNDO			
Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones
A Coruña	20	13	Nuboso	Sevilla	30	18	Despejado	Ámsterdam	15	10	Nuboso
Barcelona	24	18	Nuboso	Tenerife	25	21	Despejado	Berlín	11	7	Lluvioso
Bilbao	20	14	Lluvioso	Toledo	26	13	Despejado	Bruselas	14	10	Nuboso
Madrid	22	14	Despejado	Valencia	25	17	Despejado	Estocolmo	10	3	Lluvioso
Málaga	24	17	Despejado	Valladolid	21	10	Despejado	Ginebra	8	3	Lluvioso
Mallorca	26	17	Despejado	Zaragoza	22	16	Despejado	Lisboa	26	20	Despejado
								Londres	15	8	Nuboso
								Moscú	14	6	Nuboso
								Praga	8	3	Lluvioso
								Roma	20	10	Despejado
								Viena	10	7	Lluvioso
								Zurich	23	12	Nuboso
								Buenos Aires	28	11	Despejado
								México	26	20	Nuboso
								Miami	30	27	Despejado
								Nueva York	17	9	Despejado
								Rabat	33	24	Despejado
								Tokio	26	12	Despejado

MÁXIMA	MÍNIMA
30	10
Sevilla	Valladolid

Todo son ventajas

ACCEDE A LA BANCA ELECTRÓNICA DE CAJA RURAL



www.ruralvia.com

Tu confianza nos hace importantes
www.cajaruraldetoledo.com

CAJA RURAL DE TOLEDO