

Los jóvenes empresarios se quejan de que se valora más «lo que viene de fuera de Aragón»

● AJE firma un convenio con Ibercaja para potenciar una marca de la región con la que visibilizar al colectivo

EN LA AGENDA

Mentorizaje. La asociación de jóvenes empresarios de Aragón presenta una nueva edición del programa Mentorizaje, en el que jóvenes empresarios de la asociación son mentorizados por empresarios. El 3 de mayo.

Premio. AJE entrega el Premio al Joven Empresario el próximo 22 de mayo, con la colaboración de Ibercaja.

'Networking'. Encuentro '4 horas 100 empresarios' en el que los participantes pueden ampliar su red de contactos en una mañana con hasta 100 empresarios.

ZARAGOZA. Los jóvenes empresarios creen que no son profetas en su tierra y quieren conseguir que se cree una «marca Aragón» para visibilizar su calidad entre el propio tejido empresarial. «Se sigue valorando más lo que viene de fuera de la región», lamentó ayer Pedro Lozano, presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios, AJE Aragón, en la firma de un convenio con Ibercaja, tanto con la fundación como con el banco, para «poner en valor la marca Aragón» entre los empresarios. Defendió que «tenemos empresas que están a la altura para ofrecer un servicio de calidad» en muchas actividades que en ocasiones se contratan fuera de la región.

Lozano destacó el «gran potencial emprendedor y empresarial de Aragón». Lo que hace falta es «creer en nosotros», planteó. Por ello consideró «vital» fomentar alianzas como la alcanzada con la entidad financiera aragonesa. De ella surgirán eventos a nivel nacional que sirvan de escaparate del empuje de los jóvenes empresarios aragoneses entre el resto del colectivo. A ello se unirá «salir al exterior con más garantías de éxito».

AJE es un «socio natural» para Ibercaja, aseguró José Luis Rodrigo, director general de la Fundación Ibercaja, durante el acto celebrado en el Patio de la Infanta. Su trabajo con el colectivo se ha ampliado este año para sumar a

los programas Emplea-T y Empleado y la formación de Ibercede el nuevo Ecosistema Más Empresas en el que «queremos ser punto de enlace entre emprendedores y empresas», dijo. El objetivo es «dinamizar y fortalecer» el colectivo. Ello dentro de los objetivos de la fundación bancaria de contribuir al «desarrollo económico y social de esta tierra», añadió.

Para Ibercaja Banco, el acuerdo se enmarca en los objetivos de su plan estratégico de «tender puentes» con asociaciones de empresarios, apuntó Nacho Torre, director de Marketing y Estrategia Digital. Y de reforzar su relación con el colectivo que comenzaron en el plan anterior. «Nos hemos dedicado tres años a ver qué necesitaban», explicó. Entre las respuestas encontraron la de reforzar el «modelo de relación» ya que «la colaboración genera oportunidades», entre empresas y emprendedores.

«Renacimiento» de AJE

Con esta unión pretenden impulsar los proyectos de ambos en el terreno del emprendimiento. «Es un pequeño paso para Ibercaja y AJE pero un gran paso para Ara-

gón», parafaseó en la firma Lozano, a la que acudió respaldado por su equipo en lo que consideró el «renacimiento» de la asociación tras su elección el pasado mes de diciembre. Esta tiene previsto elaborar una nueva hoja de ruta en el que analice las necesidades de sus asociados. Ibercaja será el apoyo financiero para sus proyectos.

Lozano destacó la necesidad de la colaboración público-privada para impulsar el emprendimiento en la Comunidad con acuerdos como los que mantiene con el IAF y el Inaem.

Respecto la situación del colectivo, el también fundador de la compañía Imascono aseguró que tras la crisis económica y el auge de los emprendedores «se vuelve a un perfil vocacional». Se situó entre los que creen que ha habido una «burbuja emprendedora» durante los años en los que se fomentó el autoempleo como salida laboral por la subida del paro. Y alertó de los «riesgos» que conlleva crear una empresa, que cree que no siempre se han destacado en los últimos años. «No es fácil», confesó por experiencia propia.

B. ALQUÉZAR



El encuentro se celebró en las instalaciones de Torre Village-ZIR en Zaragoza.

Mizesta.com, Hunteet y Theif, en el Top Emprende

ZARAGOZA. Comprar por internet en el mercado tradicional y en un súper en el mismo pedido; plantear retos fotográficos y ayudar a programar a niños fueron los tres proyectos presentados en el encuentro Top Emprende celebrado ayer en Zaragoza por la Fundación Telefónica y Telefónica Open Future. Torre Village-ZIR, el Centro de Innovación en Retail de Zaragoza, acogió el Día Internacional del Emprendedor.

Mizesta.com permite comprar en los puestos del mercado del barrio de Valdespartera, donde se

ha puesto en marcha este año, además de en los supermercados de la zona. Ofrece una «compra combinada», explicó Carmen Herrarte, directora de T-ZIR, que quiere que este proyecto piloto se convierta en uno «más ambicioso para digitalizar el comercio tradicional de la ciudad».

Hunteet, fundada en 2103, busca conectar a empresas y clientes con desafíos fotográficos. La plataforma de publicidad interactiva y gamificación ha lanzado campañas como 'Ya es primavera en el Real Zaragoza' en la que

se pedía a los usuarios que enviaran fotos primaverales con un toque zaragocista a cambio de premios como camisetas del club. También ha lanzado retos para concienciar sobre el cambio climático. De media, las campañas duran 15 días y se reciben unas 150 fotos, explican sus promotores. Durante el acto, en el que participó el actor y humorista Alex O'Dogherty, también se presentó Theif, una familia de robots que ayudan a niños de entre 3 y 6 años a programar sin saber leer.

Fundación Telefónica presentó el programa de formación digital y emprendimiento Conecta Empleo, que llegó a 50.000 jóvenes en España el año pasado

B. A.

«En ningún país hay tantos empleos basura como en España», advierte un experto

ZARAGOZA. La economía española lleva tres años creciendo por encima del 3% y no ha sabido dar solución al problema estructural del paro de larga duración que supone el 50% del total del desempleo en nuestro país. La imposibilidad de los parados mayores de 45 años de encontrar un empleo, junto con la temporalidad, son dos de los dos problemas más graves que tenemos, según José Ignacio García Pérez, profesor de Fundamentos del Análisis Económico en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, que ayer estuvo en Zaragoza clausurando la entrega de premios de la Cátedra Emperder.

«La mínima posibilidad de salir del paro de larga duración, el abuso de los contratos temporales, que en el mejor de los casos duran una semana, y la falta de políticas activas eficaces para reciclar a estas personas» son cuestiones que ponen en duda, dijo este experto, que la recuperación esté llegando al mercado de trabajo. «En ningún país hay tantos empleos basura como en España», advirtió, instando a corregir este desequilibrio antes de que se acabe de enquistar.

«Los mayores de 45 años que entran en el paro no pueden salir. Según los datos de la EPA, hay un 30% de cada 100 personas mayores de 45 años trabajando, pero el doble, el 60%, está en el paro y no puede salir de él aunque quiera, y lo peor de todo es que el problema no es muy distinto para el que tiene estudios

universitarios o para el que carece de cualificación. «Casar mejor las políticas activas de empleo con las pasivas, es decir, a la vez que se cobra la prestación, formar al parado para que puede recolocarse», sería una posible solución si, por otro lado, «no se constatará que solo 10 de cada 100 parados de larga duración reciben políticas activas de empleo». García Pérez alertó de que ningún otro país, ni siquiera Irlanda, Italia o Portugal, registran un paro de larga duración tan elevado como España. «Bueno, sí hay uno», precisó, «Grecia». En este sentido, apeló a intervenir en el mercado laboral porque «por sí solo no va a corregirse» y puede convertirse en un gran foco de exclusión social.

El economista se refirió a este problema de primera magnitud para clausurar la entrega de los premios de la Cátedra Emperder que impulsa la facultad de Economía y Empresa y que recayeron este año en Cristina Lecha, por el estudio económico realizado para abrir un negocio apícola en Ariño (Teruel); María Masip, por su proyecto 'Tecnolis' de diseños de interiores con herramientas de realidad aumentada; y para Marta Poniente, por la 'spin off' creada 'New food development', que puso en marcha hace un año y que integran tres socios, un galardón que ayer recogió su madre ya que ella estaba dando a conocer la empresa en Alimentaria de Barcelona.

M. LLORENTE