



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: *23/11/2012*

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

A XIII reunión de presidentes del Club Málaga Valley & Emtech Spain se celebró los pasados días 21 y 22 de noviembre en el Palacio de Ferias y Congresos de nuestra ciudad. En la jornada de trabajo del 22 se celebró una rueda de prensa en la que participó Javier González de Lara, presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), junto al alcalde, Francisco de la Torre; Javier Cremades, presidente del Club Málaga Valley; Pedro Moneo, de Emtech Spain; el presidente de la Diputación Provincial, Elías Bendodo; Marta Rueda, delegada de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, y José Ángel Narváez, vicerrector de la Universidad de Málaga.

El presidente de los empresarios malagueños puso de relieve en su intervención –puesto que en esta edición del Club se trataba de las ciudades del futuro en relación a la energía y los servicios y las smart cities– que la calidad de vida de los ciudadanos dependerá en gran medida de la planificación que hagamos hoy de ese futuro y que éste deberá ser sostenible. González de Lara afirmó que Málaga se encuentra en inmejorables condiciones para afrontar con éxito todo lo referente a las smart cities en energía –por el liderazgo de Endesa en su proyecto pionero que tiene lu-

CEM con Málaga Valley y Emprendedores 2020



En primer término, De la Torre, Bendodo y González de Lara.

gar en Málaga desde 2009– y en servicios por la fortaleza de nuestra provincia en este sector, pero además señaló que la Universidad de Málaga, el Parque Tecnológico, los parques empresariales y el centro de investigaciones ferroviarias contribuyen decisivamente a ese futuro sostenible.

La iniciativa Emprendedores 2020, como avance del Emtech Spain y de la mano del Club Málaga Valley, se presentó el día anterior en el Museo del Patrimonio Municipal. El alcalde de la ciudad,

Francisco de la Torre, y la concejala de Economía y Hacienda, María del Mar Martín, estuvieron acompañados en la presentación –que moderó el periodista Fernando Jáuregui– por el presidente de CEM; Javier Cremades, presidente del Club Málaga Valley; Francisco Velasco, director de la Escuela de Organización Industrial Andalucía, y Juan Cruzado, presidente de la Fundación Vértice.

Emprendedores 2020 es una iniciativa de un grupo de periodistas, abogados, economistas, empresa-

rios y otros profesionales que han generado el libro *Lo que España necesita* y en el que escriben 130 personalidades españolas. Se trata de localizar a emprendedores de toda España y también de Iberoamérica relacionados con nuestro país y contar sus problemas y sus logros en *Diariocrítico*, medio que se ha puesto al servicio de la idea.

LOS EMPRESARIOS CON LOS MÁS NECESITADOS

CEM estuvo presente el pasado 20 de noviembre en la presentación

de la Gran Recogida del Banco de Alimentos Bancosol que ya cuenta con 1.500 voluntarios para suministrar 150 toneladas de alimentos por toda la provincia los días 30 de noviembre y 1 de diciembre para el mayor número posible de personas necesitadas.

Javier González de Lara, presidente de CEM, asistió junto al presidente de la Diputación Provincial, Elías Bendodo; y el presidente de Bancosol, Javier Peña, y la cantante Estrella Morente, que es la madrina de esta campaña,

González de Lara explicó en su intervención ante los medios que CEM desde hace años mantiene relaciones y colabora con Bancosol porque esta vinculación es parte de su política de Responsabilidad Social Empresarial y entiende que iniciativas como la de esta Gran Recogida de Alimentos beneficia a la sociedad malagueña, y añadió: “Aquí no habrá hambre, me parece un slogan con un gran sentido y que implica un gran reto para todos los ciudadanos y, entre éstos, también para los empresarios que voluntariamente siempre han contribuido y lo hacen también ahora con fondos económicos o directamente con alimentos en esta y en otras muchas campañas solidarias, y también mediante el patrocinio y el mecenazgo en distintos ámbitos”.



Javier Noriega

► Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Málaga

Tribuna

LA GENERACIÓN DE MILIKI Y LA CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO

A mis queridos niños de 40 años... Con esas bonachonas palabras el «payaso de la tele» **Miliki** resumía la entrega, ilusión, y dirección de toda una vida, la suya, ligada a los niños españoles de toda una generación. La del baby boom de los 70. Si, esa que después siguió con Mazingher Z, el mundial de Naranjito 82 y que abrió los ojos con las Olimpiadas de Barcelona 92. Dicen que es la generación que «han vivido todo», desde la televisión en blanco y negro a los LED. Esa misma que se educó en valores, que recibió el cariño de sus padres y «más» para sufragar la educación de sus hijos, que no siempre le traían lo que pedía a los reyes y que se crió con las canicas y la goma, alternando después la copa en Bobby Logan o el Centro. A esta ola del baby boom siempre ha seguido su estela, el fantasma del paro y los salarios bajos. Hemos sido cábaya de sistemas educativos y de abundancia de licenciaturas universitarias con pocas salidas laborales; la de estar mejor formados que muchos jefes y saber idiomas para eso que es internacionalizarse y conocer el mundo. La que ha sido sistemáticamente ninguneada, víctimas de las hipotecas abusivas y el paro, a medio camino entre el esfuerzo y la austeridad de nuestra generación anterior y el descreimiento de la posterior. La que ha visto caer al muro de **Berlín** y el desmembramiento de la **Unión Soviética**, la clonación de la **oveja Dolly** y los atentados del 11 de septiembre. Y ahora también son testigos excepcionales de posiblemente otro desmembramiento, este social, de nuestra España que golpea cada uno de los rincones de este país, en donde un 52% de paro juvenil castra cualquier futuro si no cambiamos el rumbo, de suicidios por desahucios y jóvenes empresarios que simulan un robo del banco en calle Mármol para ir a la cárcel acuciado por las deudas, panorama que te dejan bien claro el estado actual y el horizonte heredado. La de una generación clientelista en contra de la meritocracia enseñada; la de una sociedad pícaro frente a una responsable que no genera oportunidades y en donde el cañismo político devora como **Cronos** «a sus hijos» y todo lo que se ponga en su paso, en contra de la cooperación y el «vive y deja vivir», que eso sí que es Constitucional. Según los estudios sociales y eso que tanto nos gusta manosear, las estadísticas, para esta generación lo importante es el grupo. Y qui-

zas este grupo, que ahora se pone en la «pomada», pudiese traer algún solución a la situación socioeconómica actual que vivimos y ante la que nos preguntamos cómo puede solucionarse. Sería lo deseable y es lo que están esperando nuestros mayores y pequeños del Palo, la Luz y los pueblos de nuestros Montes de Málaga y la vega de Antequera. Ahora muchos de los maestros, psicólogos, periodistas, fiscales, médicos, policías, empresarios/as, funcionarios y un larguísimo etcétera de desempleos y profesiones laborales que mantienen día a día nuestra sociedad, y que forman parte de esa «generación privilegiada» saben de que se trata cuando se entona aquel ¿cómo están ustedes? de Miliki. Ahora quizás sea cuando toda esa formación, cariño, entorno histórico y experiencia de aquella generación hayan construido, conscientemente o no, un ADN de ver el mundo para construir el futuro que ellos y ellas nunca encontraron de forma estable. Llega su tiempo, porque es esta generación la que ahora está empezando a tomar las riendas de esta sociedad que heredan hecha jirones y con graves problemas estructurales. Quizás tenga que ser reconstruida en lo que no funciona (mucha gente ha trabajado duro también para conseguir grandes logros que hay que mantener e impulsar) para construirla de nuevo, porque lo que está claro es que lo heredado es muy mejorable. La desigualdad social y la falta de oportunidades existente es evidente. La situación exige estar a la altura, también de mucha valentía, (virtud que era para **Churchill** la única esencial que activaba a las demás para acometer cualquier cambio social (y de esto de transformar sociedades y democracias sabía un rato) comprensión para que muchos de estos jueces, maestros, médicos, empresarios y muchísimos profesionales que sepan cómo hacerlo, lo hagan. En Málaga se rompen cada día el pecho en Carlos Haya, la Ciudad de la Justicia, las comisarías de barrio, el PTA o donde se encuentren.

El futuro se decide en el presente con cada acción cotidiana que de atrás el cañismo ignorante, con cada acción responsable que de ejemplo a los que nos rodeen y te permita exigirles, con cada reflexión que deje bien claro que saben de que hablan, y que sabe que necesitamos reformas de economía, de justicia y de educación basadas en la experiencia y el conocimiento directo, que tengan sueños, que para eso se ha encargado el Señor de los Anillos o Superman de alimentar sus subconscientes y, sobre todo, que ese pasado les permita encarar con mucho optimismo el futuro de cara al mañana y de intentar tener un futuro mejor para todos/as. Ahora son en buena medida los responsables, como me decía un mayor de setenta años, de cara arrugada y vivos ojos azules que me crucé en la Alameda Principal, para solucionar este entuerto. La única solución existente a este entuerto decía esta voz de la experiencia ante la pregunta del millón.

William Shakespeare decía «Sabemos lo que somos, pero no lo que podemos llegar a ser». Sabia frase de un tipo que vivió intensamente su tiempo y que nos deja bien claro que el futuro nunca está decidido, y el segundo, que siempre hay una oportunidad de mejorarlo y construirlo. Sería lo más inteligente y necesario que podamos abordar ya y entre todos. Al fin y al cabo nos jugamos el futuro nuestro y de las generaciones venideras.

La Opinión

23 NOV. 2012

ENCUENTRO Tercera edición de la reunión de empresarios andaluces



Una de las conferencias de ayer del Andalucía Management 2012.

“El consumidor es insaciable, exige precio y calidad”

El congreso Andalucía Management 2012 reunió ayer a cientos de directivos y empresarios andaluces para debatir sobre la competitividad de las empresas

Victoria R. Bayona / MÁLAGA

Una reflexión para afrontar el futuro en las empresas. El encuentro Andalucía Management 2012 reunió ayer a cientos de empresarios y directivos andaluces en una tercera edición que se centró en aspectos como el marketing, la innovación, la marca personal y los nuevos canales de comunicación. Todo ello dirigió a un debate sobre el camino a seguir para afrontar estos momentos de incertidumbre haciendo que el tejido em-

presarial andaluz sea más competitivo. Personalidades de la talla del ex ministro de Administraciones Públicas Jordi Sevilla, el director general de Navidul, José Vilches, o el nadador David Meca aportaron sus propias experiencias y perspectivas.

“Los empresarios han de trabajar en mejorar cómo hacen las cosas, con innovación, con internacionalización, y no lamentarse por lo que han perdido”. El ex ministro de Administraciones Públicas Jordi Sevilla mandó un mensaje claro a los empresarios y directivos del encuentro. En su

conferencia *Hacia un modelo de crecimiento inteligente* explicó cómo hay que centrarse en una economía del conocimiento y afrontar este momento complicado para la economía española. El esfuerzo se lo pidió no sólo a las empresas, sino también al Gobierno, en la línea de que es necesario un cambio de política económica “que reactive y que no sólo se centre en la austeridad, que está matando las posibilidades de crecimiento”.

El director general de Navidul, José Vilches, centró su ponencia en *La comunicación de la marca*

en un mundo cambiante: cómo, dónde y qué deberíamos contarle al consumidor. En ella afrontó la revolución en la que está inmerso el mundo del marketing, con unos consumidores que están cambiando. “Están transformando sus valores, su forma de relacionarse con las marcas, su forma de consumir, de comprar”, concretó. Y dentro de este nuevo panorama, las empresas han de actuar deprisa y adaptarse a este nuevo perfil del “consumidor insaciable, que exige precio y calidad”. El papel de las marcas y cómo tienen que ena-

morar al consumidor fue otro de los temas abordados por José Vilches, que aseguró que “el consumidor lo que quiere de las marcas es una vinculación emocional con él”. Pero no sólo cambia el consumidor, también cambia la manera de transmitir el mensaje: “Ya no es suficiente hacer anuncios de televisión, hay que viralizarlos, hay que hacer que el consumidor quiera compartírselos con sus iguales”.

Nadando hacia la orilla del éxito fue la aportación del 23 veces campeón del mundo en natación David Meca en el *Andalucía Management 2012*. “Ante cualquier problema o injusticia, hay que seguir nadando, porque si no te hundes”. De esta manera invitó al deportista a los más de 250 empresarios y directivos

Jordi Sevilla
Ex ministro

“Los empresarios han de trabajar en mejorar cómo hacen las cosas, con innovación e internacionalización”

presentes a seguir luchando para salir de la actual situación económica del país, haciendo una comparación entre las empresas y el deporte, porque en ambos “con ilusión, con esfuerzo, con trabajo en equipo y con pasión, puedes llegar a ser campeón del mundo”, defendió.

El resto de las conferencias del encuentro estuvieron a cargo de la consultora de Infonomía Antonella Brogli, que habló sobre *Innovación y gestión: experiencias en la frontera*; el alto comisionado de la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros, que expuso *El sentido estratégico en la pyme: cliente e internacionalización*, y la presidenta de Norman Broadbent, Kristá Walochik, con una charla sobre cómo mejorar la *Marca Personal*.

Francisco Cabrera, director de Andalucía Management, explicó que el objetivo de este encuentro es “reunir al tejido empresarial andaluz y convertirlo en un punto de encuentro y para reflexionar”. Las empresas ONO y Cajamar fueron los patrocinadores del evento, que contó con el apoyo del Ayuntamiento de Málaga.

Grupo Osborne, Fuerte Hoteles y Newbiotchnic, los premiados

Por segundo año consecutivo, Andalucía Management reconoció la labor de tres empresas en las categorías de Empresa Familiar, Responsabilidad Social y Desarrollo Empresarial. Los premiados, el Grupo Osborne, el Grupo Fuerte Hoteles y Newbiotchnic, respectivamente. Durante la jornada de conferencias se hizo entrega de los galardones. El presidente del Consejo

de Administración del Grupo Osborne, Tomás Osborne, fue el encargado de recoger el reconocimiento por su trayectoria familiar. El jurado tuvo en cuenta para este galardón el esfuerzo realizado para convertirse en una marca de reconocido prestigio, a la vez que la distingue como ejemplo de internacionalización, sin perder nunca sus orígenes de empresa familiar. El Grupo Fuerte Hoteles



Los premiados por Andalucía Management 2012.

–Isabel María García, su presidenta, recibió el galardón– fue reconocido por su compromiso social, especialmente a través de su fundación dedicada a ayudar a las personas con escasos recursos económicos en España. El consejero delegado de Newbiotchnic, José Antonio Mateos, recogió el galardón por el desarrollo empresarial, por ser líder en la innovación de terapia celular en Andalucía. En esta empresa destaca su desarrollo en tres grandes áreas: biocontrol, biología molecular y terapia celular.

Málaga CIUDAD



Los asistentes a la conferencia Emtech 2012, que se celebra ayer y hoy en el Palacio de Ferias de Málaga. (FOTOGRAFÍA: GREGORIO TORRES)

Málaga centra los focos del debate mundial sobre ciudades sostenibles

► Los expertos recuerdan en el foro Emtech que en 2050 el 70% de la población mundial vivirá en grandes urbes y demandará recursos por 2,3 veces el planeta ► El 60% de las viviendas en España no cumplen los requisitos de eficiencia energética

José Vicente Rodríguez
MÁLAGA

La ciudad de Málaga centra estos días los focos del debate mundial en torno al futuro de las ciudades como elementos innovadores y sostenibles gracias a la celebración, por segundo año consecutivo, de la conferencia Emtech Spain 2012, que reúne ayer y hoy en el Palacio de Ferias a más de 600 expertos, presidentes de multinacionales e investigadores. El evento, que se celebra conjuntamente con la XIII reunión del Club Málaga Valley, dejó ya en la jornada de ayer un puñado de datos para la reflexión: primero, el 50% de la población mundial vive ya en las grandes ciudades y se calcula que para 2050 ese porcentaje llegará al 70% (con 9.000 millones de personas en el planeta); segundo, para mantener su nivel de vida la humanidad está gastando 1,5 veces la capacidad energética del planeta, una cifra que para mitad de siglo habrá llegado a 2,3; y tercero, las emisiones de CO₂ han aumentado un 45% en una década y un 140% sobre la época preindustrial.

«Hay que construir más eficientemente, respetando las materias primas. Crecerán las emisiones de CO₂ y el margen de ma-

niobra es reducido, pero hay que buscar medidas para cambiar el suministro energético. El agua se malgasta y las ciudades deben también reducir sus emisiones: ser más sostenibles», afirmó el vicepresidente de Acciona, Juan Ignacio Entrecanales, uno de los ponentes de la mañana.

Entrecanales aseguró que la gestión eficiente de los recursos pasa por la planificación, el desarrollo tecnológico y la concienciación, y recordó el éxito de iniciativas como las *smart cities*. «En España, Vitoria y Málaga son ejemplo de ciudades comprometidas con la sostenibilidad», aseguró.

Por su parte, el vicepresidente de Ferrovial, Joaquín Ayuso, recordó que en un futuro a medio plazo se estima que un total de 600 grandes ciudades del mundo concentrarán el 50% del PIB mundial (y 100 de ellas aglutinarán el 25%), lo que obliga a buscar la sostenibilidad de esos gigantes espacios.

«Habrá congestiones de tráfico que representarán el 3% del PIB y los edificios proyectarán toneladas de CO₂», dijo Ayuso, que animó a innovar ante todo en eficiencia energética. «De los 25,5 millones de viviendas españolas más del 60% no cumple los requisitos de eficiencia. Hay que integrar los servicios urbanos mediante integra-

ción inteligente. Las ciudades inteligentes tienen que darse ya en el mundo real. La ciudad colaborativa debe contar con el papel de un ciudadano involucrado», alertó.

Electrodomésticos inteligentes

Otro de los intervinientes fue el director del Grupo de Energía y Potencia de la Universidad de Oxford, Malcolm McCulloch, que habló de la importancia de la energía y los servicios en las ciudades del futuro afirmando que España, de momento, está bien posicionada.

«Pero el desafío del siglo XXI es lograr una calidad de vida mayor y conseguir que otros países hagan bien su trabajo. Debemos equilibrar la energía que se suministra y utiliza, ya que habrá un aumento importante de la población. Hay que conseguir unos electrodomésticos más inteligentes, que consuman menos energía, reduciendo el voltaje, con contadores inteligentes que midan su uso y eficacia en cada hogar», apuntó.

También habló el presidente de la empresa pública Puertos del Estado, José Llorca, que destacó la importancia de la «conectividad global entre territorios», algo fundamental para las ciudades inteligentes. Llorca recordó un aspecto precisamente muy visible en el

LOS PONENTES

JUAN I. ENTRECANALES
VICEPRESIDENTE DE ACCIONA

«Hay que construir más eficientemente y con medidas para cambiar el suministro energético. Las ciudades tienen que ser más sostenibles»

JOAQUÍN AYUSO

VICEPRESIDENTE DE FERROVIAL

«Las ciudades inteligentes tienen que darse ya en el mundo real. La ciudad colaborativa debe contar con el papel del ciudadano, que debe estar involucrado»

MALCOLM McCULLOCH
UNIVERSIDAD DE OXFORD

«Hay que conseguir unos electrodomésticos más inteligentes, que consuman menos energía, con contadores inteligentes que midan su uso y eficacia»

JOSÉ LLORCA

PRESIDENTE DE PUERTOS DEL ESTADO

«La conectividad global es fundamental para las ciudades inteligentes. Los puertos tenemos mucho que decir»

puerto de Málaga: el espectacular aumento de los cruceristas. Desde el año 2000 a la actualidad, el número de cruceristas que arriban a los puertos españoles ha pasado de dos a ocho millones. Los puertos suponen un 2% del PIB español y crean 400.000 empleos.

Nutrida asistencia

A la jornada inaugural del Emtech asistieron el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, el presidente del Club Málaga Valley, Javier Cremades; el presidente de la Diputación, Elías Bendodo; el delegado del Gobierno andaluz, José Luis Ruiz Espejo; el vicerrector del Coordinación Universitaria de la UMA, José Ángel Narváez, y el presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), Javier González de Lara. También estuvo fugazmente el secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo.

«Hay que mantener conversaciones en el ámbito de la ciencia, la innovación y el emprendimiento en todos los ecosistemas», reclamó el director de la publicación *Technology Review*, Pedro Moneo, organizadora del evento. A su juicio, lo más importante de Emtech es la «comunidad» que mueve alrededor.

Un grupo inversor impulsa una incubadora de empresas tecnológicas en Tabacalera



NURIA TRIGUERO

✉ ntriguero@diariosur.es

La sociedad de capital semilla Bolt prevé invertir más de ocho millones para acelerar el lanzamiento de 140 proyectos

MÁLAGA. De fábrica de tabacos a factoría de innovación. Tabacalera albergará en un futuro próximo un centro de aceleración de proyectos empresariales tecnológicos, lo que traducido al lenguaje común significa un lugar donde los emprendedores no solo podrán instalarse, sino que encontrarán financiación y tutorización para sacar adelante sus iniciativas con las mayores garantías de éxito. Esta es la intención de un grupo de inversores procedentes del sector TIC que están impulsando en Málaga la formación de una sociedad de capital riesgo con más de ocho millones de euros de capacidad inversora consagrada a «apoyar a emprendedores y retener el capital humano que ahora mismo se ve abocado a irse fuera por falta de oportunidades», según explica el ideólogo del proyecto, Rafael Aguado.

Según Aguado, el proyecto ha llegado a un acuerdo con el Consistorio para instalarse en régimen de alquiler en uno de los edificios de Tabacalera. Ocupará mil metros cuadrados, espacio suficiente para incubador diez proyectos empresariales a la vez. Fuentes municipales confirmaron ayer a SUR que estas negociaciones llevan tiempo en marcha y que han avanzado al amparo de la última reunión del Club Málaga Valley.

La sociedad se llama Bolt y suma ya un capital inversor superior a 1.600.000 euros procedente de participantes privados. «Nuestros socios son empresarios del sector tecnológico que han tenido éxito con sus proyectos y ahora quieren invertir en otros emprendedores, al modo en que se hace en Silicon Valley», explica Aguado, que ha trabajado muchos años en multinacionales como Ericsson y ahora está volcado en sacar adelante esta iniciativa. La mayoría de los inversores son andaluces, como el presidente de la patronal andaluza de empresas TIC, Adolfo Borrero, o un conocido emprendedor malagueño, aunque Aguado cita tam-

bién al 'business angel' madrileño Luis Martín Cabiedes.

El objetivo es superar los 3 millones de euros de capital privado, a los que se sumará una parte mayoritaria de capital público para rebasar los 8 millones de euros de capacidad inversora total. Todo ese dinero se invertirá en los proyectos empresariales a través de la toma de participaciones minoritarias.

Fondos europeos

Los promotores de Bolt prevén captar la mayor parte del capital público de los fondos europeos Jeremie, que gestiona la Junta de Andalucía. En concreto, aspiran a ser elegidos la sociedad gestora de uno de los cinco fondos de capital riesgo que tiene previsto crear el Gobierno andaluz, dotados de cinco millones de euros cada uno. «Esperamos que el concurso se abra en los próximos tres meses», afirma Rafael Aguado. Esos cinco millones se sumarían al capital privado de Bolt para formar un capital capaz de apoyar el lanzamiento de 140 proyectos empresariales desde Málaga. Además, Promálaga también habría mostrado su interés por participar en la sociedad. Así lo asegura Aguado, que espera seleccionar el año que viene, mediante una competición abierta, a los diez emprendedores que estreñarán este innovador proyecto.

Los proyectos no tienen que ser de Málaga, pero si instalarse aquí durante el tiempo de mentorización, que durará al menos tres meses y medio. Aguado explica que las tres patas del sistema de aceleración son inseparables: la incubación; la financiación a través de la toma de participaciones minoritarias de hasta 40.000 euros por proyecto; y la «mentorización» de expertos. El ideólogo de Bolt define el proceso como un «Gran Hermano del emprendimiento». «Traeremos a la gente que más sabe del mundo sobre creación de negocios innovadores para que les cuenten qué es lo que tienen que hacer y lo que no», afirma.

Los objetivos que maneja este proyecto son ambiciosos: 140 proyectos empresariales que crearán al menos 200 empleos directos y un impacto económico de 1.500 millones de euros. Cuatro subsectores están en su punto de mira por su especial potencial en Málaga: 'smart cities', telemedicina, educación y entretenimiento y turismo. Aguado no oculta que muchas de las empresas creadas no saldrán adelante, pues eso «forma parte del proceso de la innovación». A cambio, aventura: «Quizá dentro de seis años haya nacido un Google en Málaga».

EL DATO

40.000

euros será la aportación máxima que hará la sociedad en cada proyecto. dicha aportación se hará mediante participación accionarial.

Eticom también instalará un centro de I+D en el recinto

✉ N. T.

MÁLAGA. Eticom, la patronal andaluza de empresas de tecnologías de la información y comunicación, ha acordado con el Ayuntamiento de Málaga instalar en Tabacalera un centro demostrador de tecnologías móviles enfocadas a las ciudades inteligentes, que llevará las siglas de SCUT (Smart City Ubiquitous Technologies). Así lo confirmó ayer a SUR su presidente, Adolfo Borrero, que especificó que se tratará de un espacio similar al que ya tiene su asociación en Sevilla dedicado al 'cloud computing' (servicios de computación a través de Internet, conocidos en español como 'la

nube'). «Málaga está muy enfocada a tecnologías de movilidad y cuenta con varios proyectos piloto de tipo 'smart city' así que es el escenario obligado para un centro demostrador de este tipo», afirmó Borrero. La función de este centro será, pues, servir de centro demostrador donde las empresas puedan probar y enseñar a sus clientes nuevas tecnologías, así como de centro de I+D+i para desarrollar nuevas aplicaciones de tecnologías ya existentes.

La inversión que acarreará este proyecto supera el millón de euros. Eticom cuenta para llevarla a cabo con el apoyo del Ayuntamiento, Red.es y la Junta.



Pedro Moneo, director de 'Technology Review', organizadora del



El profesor Malcom McCulloch, de Oxford. A. C.

Francisco de

Cien millones de dólares, el precio del talento

✉ J. VICENTE ASTORGA

MÁLAGA. ¡Cien millones de dólares! El dato no conocido de lo que Ericsson pagó hace dos años por la empresa malagueña Optini tras el abandono de Nokia recorrió con un discreto murmullo de admiración el Salón de los Espejos, donde la inmensa mayoría de los asistentes a la

cena previa a la reunión de Málaga Valley también escucharon como promueve el ambicioso proyecto de incubadora de empresas que acogerá próximamente el recinto de Tabacalera. Queda claro que el mundo global no engaña a la hora de dar valor al talento en Málaga, al igual que Málaga Valley se cotiza como ese certificado de



encuentro Emtech, celebrado junto a Málaga Valley. :: ALVARO CABRERA



la Torre, Víctor Calvo Sotelo y Elías Bendito, en la mesa presidencial. :: A. C.

Málaga Valley aborda los retos de las ciudades del futuro

El Club reúne a más de 600 investigadores y empresarios en su sexta reunión, ligada por segunda vez al encuentro Emtech

:: N. T.

MÁLAGA. La profecía del vicepresidente de Acciona, Juan Ignacio Entrecanales, hizo que buena parte de los más de 600 asistentes a la reunión de Málaga Valley se movieran en el asiento. «Para 2050, si nada cambia; necesitaríamos los recursos de 2,3 Tierras». El reto de mantener el nivel de vida de una población creciente sin agotar los recursos ni contaminar de forma irreversible el planeta está ligado indisolublemente a las ciudades, donde vive más de la mitad de la población mundial. Sobre las tecnologías que permitirán resolver esta ecuación trató la sexta reunión del Club, que sirvió de punto de arranque al encuentro Emtech.

Científicos, investigadores, empresarios, emprendedores e inversores se reunieron para dibujar el camino que deben emprender las ciudades del futuro, fundamentalmente en lo que se refiere a la energía y los servicios. La elección de la temática no era baladí, ya que Málaga alberga varias iniciativas relacionadas con la utilización de las nuevas tecnologías para la mejora del hábitat urbano, encabezadas por «Smart City» de Engesa.

Una vez más, Málaga Valley demostró su capacidad de convocatoria, atrayendo a ponentes de la talla del secretario de Estado de Telecomunicaciones, Víctor Calvo Sotelo; el vicepresidente de Acciona, Juan Ignacio Entrecanales; el vicepresidente de Ferrovial, Joaquín Aynso; el director del Grupo de Energía y Potencia de la Universidad de Oxford, Malcolm McCulloch; y el presidente de Puertos del Estado, José Llorca. Entre los asistentes, figuras de primerísimo nivel en el ámbito tecnológico como el presidente de Google en España, Javier Rodríguez Zapatero, el vicepresidente de BlackBerry, Eduardo Fernández, o el cofundador de Twitter,

Evan Henshaw-Plath. Precisamente en esta red social el evento llegó ayer a ser «trending topic», es decir, el tema más comentado.

Lo cierto es que en esta edición se echó de menos un mayor nivel de concreción en las intervenciones. El mensaje que más caló fue la necesidad de crear proyectos de ciudades inteligentes que sean «aplicables desde ya». «Las tecnologías que harán posibles las ciudades del futuro ya existen, solo hay que aplicarlas», aseguró Eduardo Fernández. El presidente de Google España, por su parte, auguró un «cambio biotecnológico sin precedentes» para los próximos cinco años, marcado por hitos como el «internet de las cosas», lo que representa una gran oportunidad. «Málaga Valley

es uno de esos entornos donde se genera el optimismo digital que empieza a hacer falta», afirmó.

El secretario de Estado de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Víctor Calvo Sotelo, hizo hincapié en la necesidad de buscar «políticas apropiadas para el desarrollo de nuevos servicios que hoy ni siquiera imaginamos». Por su parte, el director del Grupo de Energía y Potencia de la Universidad de Oxford, Malcolm McCulloch, animó a «conseguir unos electrodomésticos más inteligentes, que consuman menos energía, reduciendo el voltaje, con contadores inteligentes que midan su uso y eficacia en cada hogar». Por su parte, el vicepresidente de Acciona explicó que el éxito de las «smart cities» pasa por «la planificación, el desarrollo tecnológico y la conciliación». «En España, Vitoria y Málaga son ejemplo de ciudades comprometidas con la sostenibilidad», afirmó Entrecanales.

Tras él, el presidente de Puertos del Estado, José Llorca, destacó la importancia de «la conectividad global entre territorios», para las ciudades inteligentes y destacó el peso del transporte marítimo en la productividad del país. Finalmente, el vicepresidente de Ferrovial, Joaquín Aynso, lanzó otra advertencia: de los 25,5 de viviendas españolas «más del 60 % no cumple los requisitos de eficiencia». «Un problema que, en su opinión, representa también una oportunidad de negocio y creación de empleo si se articulan ayudas públicas. El alcalde, Francisco de la Torre, aprovechó el encuentro para ofrecer a Málaga como «laboratorio vivo» de proyectos que buscan dar respuesta a los citados retos.

Entra la Diputación

El Club Málaga Valley cuenta ya con 250 empresas e instituciones alineadas con su objetivo de convertir a Málaga en la ciudad de referencia tecnológica a nivel europeo, según anunció ayer su presidente, Javier Cremades. Entre sus nuevos miembros está la Diputación de Málaga, que aspira a extender la influencia de la marca «Málaga Valley» a toda la provincia.

LAS FRASES

Javier Cremades
Presidente de Málaga Valley

«Ahora que el talento puede elegir dónde ubicarse, Málaga tiene una gran oportunidad»

Malcolm McCulloch
Profesor Universidad Oxford

«El reto es mantener la calidad de vida reduciendo a la vez nuestra huella ecológica»

Víctor Calvo Sotelo
Secr. Estado Telecomunicaciones

«Si las ciudades se apoyan en la tecnología se consigue una gestión más eficiente»

Javier Rodríguez Zapatero
Presidente Google España

«Málaga es uno de los entornos donde se genera el optimismo digital que hace falta»

calidad para reunir a los actores en negocios tecnológicos. Datos sobrados lanzó el director del Parque Tecnológico, Felipe Romera, convencido de que la primera tecnopolis andaluza, tras sus primeros 20 años, podrá encarar las próximas décadas la meta de 50.000 empleos. «Ninguna empresa vuestra tendrá problemas para traer gente a Málaga», animaba a directivos y empresarios. «A los tecnólogos extranjeros les atrae la calidad de vida mediterránea y los precios baratos. Nokia no puede hacer lo mismo en Finlandia», remataba. Optimismo con los pies en la tierra manejó también

Antonio Gómez-Guillamón, responsable de Aertec, empresa de ingeniería aeronáutica y segundo de a bordo de Málaga Valley. «Pese a los años años de crisis, el sector tecnológico en Málaga está más vivo que nunca, llegan empresas extranjeras, un dinamismo al que foros como este contribuyen de forma clara», aseguró.

La cena de Málaga Valley —y ya van seis años— es todo un ateneo para el dato, y la reflexión en voz alta más allá del protocolo. El antes, durante y después en torno a la mesa reúne a «clásicos» y debutantes gracias a un ajuste de agendas de mucho peso que ad-

mira incluso al propio inuidor del encuentro, el abogado y presidente del club, Javier Cremades. Que el «hombre de Google España», el cordobés Javier Rodríguez Zapatero, o el coordinador del Emtech, Pedro Moneo —cautivo confeso de una tarde malagueña de otoño en El Palo—, compartan cita en Málaga con el cofundador de Twitter, Evan Henshaw-Plath, tiene un mérito innegable. El norteamericano explicaba en su perfecto español de acento paraguayo que actualmente los fondos de inversión buscan el ta-

lento sin fronteras para empresas con mercado global. Sobre la aventura empresarial de su vida tiró de modestia.

«Lo nuestro con Twitter fue un éxito de casualidad y no pensamos en una empresa de miles millones de dólares, sino en jugar con la solución de nuestros problemas de comunicaciones. Como Mark Zuckerberg, tampoco buscaba solucionar el mundo sino ligar con chicas de Harvard». A Evans se le veía a gusto compartiendo mesa con una responsable de redes sociales en la campaña de



Evan Henshaw-Plath

Obama o con ese singular «compatriota», el gaditano Juan Pablo Huertas vicepresidente de Craigslist, el sexto portal más visitado de EE UU (90.000 visitas/segundo), y que trabaja desde hace diez años en Silicon Valley «cuando allí no había españoles», aclaraba. Destacó que en las diez grandes empresas de Internet de EE UU hay españoles en la cúpula y que la comunidad española tiene la permanente obsesión de «devolver a la patria» lo recibido. «Eventos como Málaga Valley son importantísimos para nuestro... pride». Su intervención arrancó la ovación más emocionada.

El talento se exhibe en tres minutos

Los mejores innovadores menores de 35 años se presentan en el EmTech en formato 'elevator pitch'



GEMA MARTÍNEZ

gemamart@diariosur.es

Los premios TR35 Spain defienden proyectos de nanotecnología, sensores inteligentes o cultivo masivo de células madre

MÁLAGA. Se llama Ana Díez, es química, especialista en nanotecnología (control y manipulación de materiales a niveles de átomos y moléculas) y ha conseguido reducir el peso de materiales que se utilizan en la fabricación de aviones. Es, por cierto, la única mujer entre los diez premios TR35 de la edición española del EmTech, la conferencia europea del Instituto Tecnológico de Massachusetts (Mit) que por segundo año consecutivo se celebra en Málaga y que a través de estos premios pone de relieve las investigaciones realizadas por los investigadores menores de 35 años con mayor talento de nuestro país.

Como el resto de los premiados Díez tuvo solo tres minutos para contar sobre el escenario de una de las salas del Palacio de Ferias y Congresos, cosas como que ha establecido un sistema «simple» que integra nanotubos de carbono en dos tipos de polímeros de gran interés en la industria aeronáutica. Para el común de los mortales la cuestión podría resumirse en que consigue reducir el peso de los aviones y por tanto el combustible necesario, los costes y la contaminación.

Jurado de expertos

Los premiados TR35 son diez en total y para estar en esta edición su candidatura ha sido presentada por alguna persona de su entorno profesional. Posteriormente la organización ha pedido currículum, ha conocido trayectorias, cartas de referencia y los proyectos de investigación en los que están inmersos. Luego han enviado esta información a un panel de jueces internacionales



El Instituto Tecnológico de Massachusetts premia las tecnologías más revolucionarias desarrolladas por españoles. // CARLOS MORENO



La sesión de ayer dedicó un panel a la innovación en medicina. // C.M.

expertos en diferentes materias (nanotecnología, nanomateriales, TIC, webs...). De ahí sale una lista de veinte o treinta innovadores, que se envía a Boston, sede de la edición internacional del EmTech, que hacen la selección final.

Así que este es el filtro que tam-

bién ha superado David Horna, 31 años y tres minutos para contar un proyecto que persigue la automatización del desarrollo del cultivo de células madre de principio a fin. «Estamos capacitados para producir células a nuestro antojo. De forma segura y con calidad farmacéu-

tica», aseguró.

«Encontrar trabajos fascinantes capaces de revolucionar el mundo de la tecnología». Es el objetivo que persiguen estos premios, según la organización, que recuerda que entre los premiados a través de los TR35 a nivel global están nombres como el de Mark Zuckerberg, creador de Facebook; Sergey Brin, de Google o Danah Boyd, de Microsoft.

Talentos

Gerassimos Konstantatos, 33 años, es especialista en la fabricación y manejo de nanocristales o puntos cuánticos que permiten a dispositivos como tan dispares como una cámara fotográfica o un panel fotovoltaico ser más eficientes y baratos. De todos los premiados, Konstantatos fue el único que exhibió su talento en inglés. También en tres minutos, y le supieron a poco.

Dice Juan Moreno, 34 años, bioingeniero y TR35 Spain 2012 que el ictus o accidente cerebrovascular es una de las primeras causas de mortalidad en el mundo occidental. En el caso de España es la se-

gunda causa de muerte; la primera si hablamos de mujeres.

Ayer, Moreno presentaba en solo tres minutos su proyecto de investigación, que se centra en el desarrollo de herramientas robóticas de rehabilitación en base a los mecanismos de la plasticidad neuronal: «investigamos soluciones robóticas para ejercitar movimientos en pacientes de ictus y en base a nociones de la neurociencia», dijo.

Estos cuatro primeros 'elevator pitches' (presentación de un proyecto en pocos minutos) dieron paso a tres interesantes ponencias en torno a la creación de ecosistemas emprendedores y que corrie-

Móvil versus ordenador

El móvil desplazará al ordenador personal en cinco años y cualquier servicio de Internet sabrá qué necesita un ciudadano, que hay que recomendarle o qué ha hecho en el último año, según afirma Juan Pablo Puerta, director internacional de la plataforma Web Craigslist. «El móvil lo hará todo por ti, desde sacar foros sin que tú lo sepas hasta recomendarte todo tipo de cuestiones. Desplazará al PC en cinco años», añadió Puertas, para el que la tecnología tenderá a proteger al ciudadano de la sobreexposición actual en las redes.

LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS

Internet y educar a los padres

Rafah Hairfoush, una de las mayores expertas en estrategias de innovación digital y una de las diseñadoras de la campaña digital de Barack Obama, recalca que para proteger a los menores de Internet hay que educar primero

a los padres, que, según la experta, deben estar más informados sobre lo que hacen sus hijos. También señaló el papel desarrollado por un grupo de Twitter llamado 'Anónimo', quienes la semana pasada detectaron y frenaron un caso de ciberacoso a una joven a la que «animaron a suicidarse» desde las redes sociales.

Rediseñar los entornos urbanos

El secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo, aseguró ayer que para garantizar un crecimiento sostenible se requiere la adaptación y el rediseño de los entor-

nos urbanos. Calvo-Sotelo, que inauguró Emtech Spain 2012, ha insistido en la «transformación necesaria» de las ciudades a través de nuevos sistemas inteligentes, la eficiencia energética, las denominadas «smart grids» y la mejora de los suministros de agua y de información geográfica.

Un robot por el ombligo

Un catedrático de la UMA presenta un pequeño dispositivo para operaciones laparoscópicas

de G. MARTÍNEZ

MÁLAGA. Está empeñado en simplificar al máximo la robótica utilizada en las operaciones con laparoscopia, y lo ha conseguido. Víctor F. Muñoz, catedrático de Ingeniería de Sistemas de la Universidad de Málaga, presentó ayer en el EmTech un robot tan pequeño que podrá introducirse por el ombligo y que, según explica, se dirigirá desde el exterior a través de un imán, para situarlo en la posición que quieras y obtener las imágenes abdominales desde diferentes puntos de vista.

El catedrático malagueño realizó en el escenario una demostración con un primer robot desarrollado por su equipo en un trabajo que ha durado diez años y cuyo objetivo pasaba por simplificar al máximo mecánica y aparataje, con el fin de facilitar su uso. El robot en cuestión obedece órdenes simples de voz, moviéndose según las indicaciones y permitiendo, con la cámara integrada, ver las imágenes del interior del abdomen a través de un monitor.

«Los robots existentes hasta entonces eran muy aparatosos, por lo que su eficiencia terminaba siendo cuestionable», explica Muñoz. Así el asistente robótico desarrollado por su equipo, en el que trabajan ocho personas, es extraordinariamente simple, puede llevarse al quirófano cuando se necesite; los profesionales no precisan de cursos de formación (y no asusta al paciente); bromea el catedrático.

El investigador cerró el panel dedicado a la innovación en medicina, que contó con la participación del director de la unidad de innovación del Hospital Clínico San Carlos, Julio Mayol y del diseñador de dispositivos médicos José Gómez-Márquez, centrado en llevar la medicina de forma eficiente a países del tercer mundo y con propuestas tales como la de una vacuna que



Víctor Muñoz y su equipo ya han desarrollado un primer robot simple y eficaz. :: sur

ron a cargo del investigador español Javier García, TR35 Global; Danny Gal, cofundador HubTel-Avil; un importante entorno innovador de Israel y Elisa Martín, directora de Tecnología e Innovación de IBM, que dijo cosas como que «en las próximas dos horas el planeta genera más información que la que se ha generado desde el inicio de nuestra historia hasta el año 2003», por lo que insistió en que «estamos entrando en la era de los sistemas cognitivos, que son capaces de procesar información a través de la percepción, que se consigue a través del análisis estadístico».

Sensores inteligentes

David Gascón, 30 años; ingeniero y premio TR35 Spain 2012 habla de sensores inteligentes que van a ampliar Internet a todo lo que nos rodea: un bosque, un coche, un edificio... Los sensores pueden recoger información de todo lo que nos rodea y subir esa información a la nube, así que en una «ciudad inteligente» se podrá saber la gente que hay en un determinado lugar, los coches que circulan por una vía determinada o el nivel de ruido en una zona concreta.

Por su parte, Pablo Orduña, con 28 años el más joven de los TR35 de esta edición, defiende en solo tres minutos su proyecto de acceso masivo a una red de laboratorios remotos. El sistema ideado por este ingeniero de la Universidad de Deusto permite, por ejemplo, que un alumno entre desde su ordenador a una acuario real situado en una universidad a miles de kilómetros o controlar un robot que se mueve sobre un tatami.

La tecnología desarrollada por Héctor Peña permite cubrir con células vasculares del paciente las prótesis vasculares antes de su implantación, para así evitar el elevado porcentaje de rechazos que se producen cuando la sangre entra en contacto con el material sintético que se utiliza actualmente.

Por último, Eliás Pérez, 33 años, defendió el proyecto por el que ha sido premiado y que consiste en un sistema de identificación de los interlocutores de llamada de voz, que permitirá, por ejemplo, que un médico pueda dar por teléfono un diagnóstico sabiendo que realmente habla con el paciente en cuestión.

se aspiran prescindiendo de jeringuillas y agujas.

Gómez-Márquez trabaja con la premisa de aprender de aquellas personas que día a día buscan soluciones en entornos muy compli-

cados, en los que muchas veces no sirven las grandes innovaciones.

De hecho, aseguró que «el 80% de la tecnología que mandamos a países en vías de desarrollo falla a los seis meses porque no está diseñada para operar en esos ambientes».

Por su parte, el director de la Unidad de Innovación del Hospital Clínico San Carlos analizó algunas prestaciones de servicios sanitarios a través de dispositivos móviles.

AHORA MIS CÁPSULAS
 NESPRESSO EN
 El Club del Golf
 en El Corte Inglés

Encuentre su Boutique Nespresso en la mayoría de El Club del Golf en El Corte Inglés: Gijón - Barcelona - Can Drago - Cornellá - Frances Macià - Sabadell - Cartagena - Elche - Gran Canaria - Las Palmas - Granada - Madrid - Alcalá de Henares - Campo Naciones - Castellana - Méndez Alvaro - Preciados - San Sebastián - San José de Valdeiras - Málaga - Marbella - Vigo - Tenerife - Santa Cruz de Tenerife - Sevilla - Nervión - Tarragona - Valencia - Ademuz - Píntor - Sorolla - Zaragoza
 www.nespresso.com

Terminales revolucionarios

Javier Agüera, que con solo 16 años fundó la compañía fabricante de teléfonos Geeksphone, la única española de este segmento, anunció el lanzamiento de dos terminales que supondrán una «revolución» en

la telefonía móvil, y la expansión de su empresa al Magreb y América Latina. En una entrevista con Efe, pronosticó que el nuevo producto multiplicarán por cinco las ventas de sus dos anteriores teléfonos. One y Zero, que han conquistado a la comunidad «geeko» en España, son de código abierto.



El consejero del ramo, Rafael Rodríguez, desglosó los objetivos del sector durante la inauguración de las jornadas. ■ M. C. JAIME

El turismo basa sus estrategias de futuro en la colaboración entre los agentes públicos y privados

El sector analiza las prioridades y líneas de trabajo a largo plazo por segmentos para mejorar la competitividad del destino andaluz

■ MARI CARMEN JAIME

TORREMOLINOS. El Palacio de Congresos de Torremolinos acogió ayer la Conferencia Estratégica de Turismo denominada 'Turismo, nuevas ideas': unas jornadas en las que todos los agentes que componen el sector analizaron la situación actual, además de establecer las propuestas prioritarias en las que trabajar de cara al futuro. Entre las principales estrategias a seguir según las conclusiones del encuentro, está la colaboración entre el sector público y los intereses privados, la formación especializada y la creación de portales web comunes por sectores.

Durante la exposición que realizaron cada uno de los representantes de los 10 sectores en los que se dividió la industria turística (sol y playa; cultural; rural y de naturaleza; de congresos y reuniones; de crucero y náutico; salud y belleza; deportivo; enológico y gastronómico; el idiomático y de microproductos) se resaltaron unas necesidades y refuerzos comunes: anar esfuerzos para fomentar la colaboración entre agentes públicos y privados, me-

jorar la formación especializada de los profesionales para ganar en competitividad, establecer planes de marketing específicos para cada sector y apostar por la promoción en nuevas tecnologías fueron algunas de las pautas establecidas en el encuentro donde participaron hasta 205 profesionales procedentes de toda Andalucía.

Esta misma conclusión extraída por los profesionales fue una de las peticiones que el alcalde de Torremolinos, Pedro Fernández Montes, resaltó durante el acto de inauguración de las jornadas. En este sentido, el mandatario del municipio líder de la Costa del Sol en pernoctaciones hoteleras durante el presente año, según los datos del Instituto Nacional de Estadística

(INE), reclamó «asepsia y profesionalidad» tanto en las ayudas como en el apoyo al segmento de sol y playa, «que genera el 80% del negocio en Andalucía».

Herramientas de trabajo

Los objetivos del encuentro pasaban por construir la nueva estrategia turística para Andalucía, un proceso que se va a materializar a través de instrumentos específicos de planificación como el IV Pacto Andaluz de Turismo, cuya redacción en colaboración con los agentes económicos y sociales, según el consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, está concluida a finales de este año o comienzos del próximo, además de la puesta en marcha del Plan General de Turismo

El Sol y Playa aglutina el 80% de la actividad

Una de las mesas de trabajo de la Conferencia Estratégica de Turismo celebrada ayer en Torremolinos que registró una mayor actividad fue la dedicada al segmento de sol y playa, sector que en Andalucía aglutina actualmente el 80% de la industria en

el territorio. Los profesionales asistentes al encuentro -hoteles de todo el litoral, representantes sindicales, el director del Aeropuerto de Málaga e incluso la periodista de SUR, Pilar Martínez- analizaron la situación actual del sector además de los principales retos que se deben superar para acabar con el problema de la estacionalidad y ganar competitividad. La mejora de las conexiones aéreas fue una de las propuestas específicas que se fijaron en la hoja de ruta.

Sostenible o el Plan Integral de Turismo de Interior.

Así, muchas de las conclusiones que se extrajeron se incorporarán a estas estrategias. Rodríguez recaló que el objetivo a largo plazo de estas rutas de trabajo que se van a establecer pasan por situar a Andalucía en el mejor destino turístico del Mediterráneo. Para el consejero es esencial desarrollar esta labor «con la participación del conjunto del sector, que es sobradamente solvente, profesional y cualificado para definir las líneas estratégicas de futuro».

En el acto de inauguración de las jornadas, el representante autonómico también aseguró que, para que Andalucía se mantenga en una buena posición como destino debe estar en permanente renovación, desarrollar todos sus productos y segmentos al tiempo que se apuesta decididamente por la calidad, la excelencia y el uso de las nuevas tecnologías.

Necesidades específicas

La diversidad actual del sector turístico quedó patente durante toda la sesión de trabajo. Sobre esta cualidad, Rodríguez explicó que suponen una muestra de «las potencialidades» que tiene el sector. En el análisis individualizado se plantearon estrategias específicas encaminadas en más de un segmento, como por ejemplo el cultural, de belleza o deportivo, o la creación de portales web y otras plataformas en las que se pueda integrar toda la oferta que, cada ámbito ofrece al visitante dentro del territorio andaluz.

La agrupación de la actividad bajo marcas que reconozcan la calidad de un producto o servicio en sectores como la gastronomía, el turismo de salud y bienestar o el de cruceros, fueron otras propuestas planteadas por los asistentes a la conferencia.



CONFERENCIA ESTRATÉGICA Más de 200 profesionales diseñan la hoja de ruta en diez segmentos

La industria turística traza 800 medidas para que Andalucía sea el primer destino del sur de Europa

Ismael Touat / TORREMOLINOS

Un paquete de más de 800 medidas es el resultado de la primera Conferencia Estratégica del Turismo celebrada ayer en Torremolinos para diseñar el futuro modelo turístico de Andalucía. Hasta 205 profesionales de la industria se concentraron en el Palacio de Congresos y Exposiciones con el objetivo de elaborar la hoja de ruta que guíe las estrategias de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de la presente legislatura. La cita fue calificada de "positiva" por el consejero Rafael Rodríguez a su clausura. El titular del ramo se mostró confiado en que la Conferencia suponga un antes y un después para el turismo de la comunidad y sirva para que Andalucía se convierta "en el primer destino del sur de Europa".

Tras la celebración de las diez mesas de trabajo habilitadas, cada una centrada en un segmento turístico diferente, por la tarde se procedió a la lectura de las principales conclusiones que luego se trasladarán a la planificación que desarrollará la Junta en materia turística durante los próximos años. La necesidad de realizar una promoción por segmentos, la creación de marcas específicas ligadas a Andalucía, el aprovechamiento de la

Promoción por segmentos, mejorar la formación especializada, complementar productos y reforzar la colaboración público-privada, conclusiones de la Conferencia del Turismo celebrada en Torremolinos • Rodríguez afirma que las propuestas del sector "se harán carne" en las futuras estrategias de la Consejería

complementariedad de todos los productos que componen la oferta del destino, la especialización de la formación para un mejor servicio al turista y el refuerzo de la colaboración público-privada fueron algunos de los grandes retos en los que coincidieron los presidentes de cada mesa de trabajo. Destacaron la utilidad del encuentro y su satisfacción por los resultados obtenidos. "Nadie ha mirado por su interés personal, sino por el de Andalucía", destacó el hotelero Miguel Sánchez, presidente de la mesa que trató el sol y playa.

Las más de 800 propuestas elaboradas ayer nacieron de la puesta en común de ideas durante la celebración de las mesas de trabajo y tuvieron como guía documentos creados por técnicos de la Consejería. También se contó con las aportaciones llegadas a los foros del portal abierto para tal efecto (turismounuevasideas.org). Rafael Rodríguez anunció que esta web permanecerá en funcionamiento y señaló que se seguirán celebrando encuentros, aunque más concretos y de menor envergadura. Los asistentes a la Conferencia destacaron su carácter participativo. Asimismo, las propuestas se pulirán en los próximos días y serán recogidas en actos que se enviarán a los agentes participantes.



El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, ayer, en la Conferencia.

El consejero de Turismo hizo hincapié en que estas ideas "no van a quedar en folios o páginas virtuales", sino que "se harán carne" en las próximas estrategias de la Junta. Rodríguez insistió en que estas propuestas formarán la base de pilares fundamentales como van a ser el Pacto Andalúz por el Turismo; el Plan General de Turismo Sostenible; Plan Integral de Turismo Interior; Plan Estratégico

contra la Estacionalidad; o el Plan Director del Turismo de Reuniones, entre otras acciones que se decidan en el futuro.

En la Conferencia se prepararon medidas dirigidas a los segmentos de sol y playa; cultural; rural y naturaleza; congresos y reuniones; náutico y cruceros; salud y belleza; deportivo; gastronómico; idiomático; y microproductos y segmentos emergentes. El presidente de la mesa de sol y playa, Miguel Sánchez, fue el encargado de abrir fuego. Destacó, entre otras, la necesidad de mejorar la conectividad aérea, sobre todo en temporada baja; apostar por la complementariedad con otros productos; definir la calidad como primer factor competitivo; incidir en la homogeneización de la formación; e impulsar la venta por internet.

10

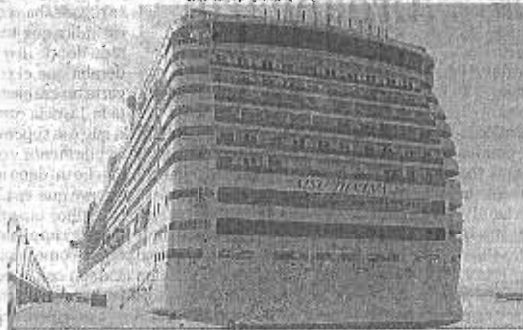
MESAS

Los 205 profesionales se aglutinaron en diez reuniones de trabajo, desde sol y playa hasta productos emergentes

Primera escala del 'MSC Divina'

Compartiendo estancia con los buques *Wind Spirit*, *Norwegian Spirit* y *Costa Fortuna*, ayer, atracó por primera vez en el puerto el *MSC Divina*. Realizando un crucero de 11 noches con inicio y final en Barcelona, el nuevo barco de MSC Cruceros tocaba el puerto trayendo a su bordo a 3.088 pasajeros y 1.636 tripulantes. Perteneciente a la clase Fantasia, de la cual ya navegan dos buques, el *Divina*, con 333 metros de eslora y 140.000 toneladas de registro bruto, dispone de 18 cu-

biertas de las que 14 son para el uso para el pasaje. Amaneció desde primeras horas de la mañana en el muelle de Levante, a bordo del *MSC Divina* se celebró una recepción de bienvenida con diferentes autoridades. Entre los diversos asistentes a este acto, se encontraba el nuevo Presidente de la Autoridad portuaria, José Sánchez Maldonado. Con una capacidad máxima para 4.345 pasajeros alojados en 1.751 camarotes de distintas categorías, el *MSC Divina*, que realizaba su viaje inaugural en



El 'MSC Divina', ayer, atracado en el muelle de Levante.

mayo de este año, efectuará hasta marzo de 2013 un total de ocho itinerarios redondos de 12 días teniendo a Málaga como puerto de cabecera y final de crucero. Con la escala de ayer del *Divina* (bautizado con este nombre en honor a Sophia Loren), el puerto ha recibido hasta la fecha a la totalidad de los 12 buques de componen la flota de MSC Cruceros. Completando la primera escala de este buque, tres barcos turísticos más atracaron ayer en Málaga. Una jornada con cuatro buques de crucero en la que se movilizaron unas 10.000 personas. / J. C. CIVIEN

POLÉMICA MUNICIPAL

El alcalde pagó con dinero público "dos o tres" viajes a Roma con su mujer y otro a Valencia a finales del año 2006



'PARKING' EN EL CENTRO

Decenas de vehículos ocupan la calle Carnas como aparcamiento y el Ayuntamiento dice que no puede multar porque no hay señales

En la Tira



El segmento cultural, el presidente del grupo, Francisco Gansino, abogó por establecer sinergias con otros segmentos, crear una plataforma on line de recursos culturales; organizar eventos para desestacionalizar la oferta y favorecer la accesibilidad. El presidente de la mesa de rural y naturaleza, José Manuel Ledesma, apuntó la puesta en valor de nuevos productos singulares; poner en marcha transportes que minimicen el impacto medioambiental; proteger la autenticidad del destino; combatir la clandestinidad; y alcanzar un mayor posicionamiento.

En el segmento cultural, el presidente del grupo, Francisco Gansino, abogó por establecer sinergias con otros segmentos, crear una plataforma on line de recursos culturales; organizar eventos para desestacionalizar la oferta y favorecer la accesibilidad. El presidente de la mesa de rural y naturaleza, José Manuel Ledesma, apuntó la puesta en valor de nuevos productos singulares; poner en marcha transportes que minimicen el impacto medioambiental; proteger la autenticidad del destino; combatir la clandestinidad; y alcanzar un mayor posicionamiento.

En cuanto a congresos y reuniones, Yolanda de Aguilar señaló la necesidad de incorporarse a las clasificaciones existentes a nivel internacional; reforzar la profesionalización en el sector; la realización de planes de marketing propios; facilitar la obtención de información para estadísticas; mejorar las conexiones aéreas; y la creación de una marca específica Andalucía Conventos Bureau.

Rosario Martín, presidenta de la mesa de cruceros náuticos, abogó por un formato diseñado por perfiles profesionales; la creación de una marca de calidad de puertos y estaciones náuticas; captar la asamblea general de Medcruse y organizar la feria internacional Seatrade.

Las propuestas de salud y belleza, presentadas por su presidenta, Mónica Palomo, se centraron

en las necesidades formativas concretas de este segmento, la clasificación de las infraestructuras según nivel asistencial; la realización de un plan de marketing específico del sector y el diseño de paquetes turísticos.

Para el desarrollo del turismo deportivo, Ramón Dávila destacó la potenciación de la transversalidad del segmento; la creación de un portal aglutinador de la oferta; y aprovechar los eventos deportivos como experiencia turística y plataforma de promoción.

La presidenta del grupo enológico-gastronómico, Lola Villalba, indicó que se puede romper la estacionalidad a través de la promoción de un catálogo de productos gastronómicos, ferias y eventos. Además, apostó por profesionalizar y especializar este segmento, incrementar la regularización y crear una plataforma on line.

Esther Martín, presidenta de la mesa de turismo icónico, recogió entre las conclusiones la creación de una marca andaluza del segmento, la celebración de una feria internacional especializada y mejorar el posicionamiento en Asia y Estados Unidos.

Finalmente, el presidente de la mesa de microproductos y segmentos turísticos, Juan Carlos López, señaló entre las propuestas planteadas mejorar la coordinación con las principales ofertas del destino; reforzar el conocimiento del turista; realizar campañas de difusión de estos productos.



Gonzalo Fuentes, Miguel Sánchez, Rodríguez y Fernández Montes.

Rodríguez defiende que la competitividad no puede llevar una bajada de precios

El consejero considera que modificar la Ley de Extranjería no es la mejor vía para dar salida al stock de viviendas

Nuria Alonso / TORREMOLINOS

Convertir Andalucía en el principal destino turístico del Mediterráneo en un plazo de diez años. Este es el objetivo que se ha marcado la Consejería de Turismo y que dio a conocer ayer su máximo responsable, Rafael Rodríguez, quien dijo que la comunidad cuenta con "elementos e ingredientes" para ello. Sin embargo, Rodríguez advirtió que la región no puede basar su competitividad y su futuro turístico en la bajada de precios, ya que "no hay salida desde esa dirección".

El consejero realizó estas declaraciones durante la inauguración de la Conferencia Estratégica del Turismo que ayer tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Torremolinos. En esta jornada se dieron cita más de 200 profesionales para analizar los diferentes segmentos con los que cuenta la comunidad, como es el caso del turismo de sol y playa, el de congresos o el deportivo. Los diferentes agentes, entre ellos representantes de sindicatos, asociaciones y hoteleros, se distribuyeron en diez grupos de trabajo para determinar los retos a los que se enfrenta la industria y una hoja de ruta para superarlos.

Asimismo, Rodríguez infor-

mó de que tampoco la competitividad de este destino puede conllevar una "precariedad o degradación" de las relaciones laborales. Explicó que los trabajadores de este sector son los principales "embajadores" del producto, por lo que defendió la estabilidad del empleo. "Un trabajador estable y cualificado es el principal embajador de la excelencia turística", dijo.

En cuanto a la idea planteada por el Gobierno de otorgar el per-

DEBATES
La reducción de la dependencia con respecto a determinados mercados, uno de los retos

niso de residencia a aquellos extranjeros que adquieran una vivienda de más de 160.000 euros, el consejero dijo que no piensa que este método sea la mejor forma de reactivar el mercado inmobiliario. "Al Gobierno le interesa que todo el stock pueda ser comprado, pues significaría que hay una dinámica de consumo. No obstante, considero que no es la mejor vía modificar la Ley de Extranjería, porque podría entenderse que hay extranjeros de primera y segunda, valbro.

En lo que se refiere a las mesas de trabajo, una de las que más interés

suscitó fue la de sol y playa, la cual estuvo dirigida por el presidente del Consejo de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Miguel Sánchez. Durante la presentación, Sánchez afirmó que son conscientes de que el destino ha perdido "cuota de mercado y de imagen", si bien dijo que hay que trabajar para recuperarla, pues ya las vacaciones "son un bien social irrenunciable". "Tenemos que valerlos de la riqueza y del clima que tenemos para salir adelante, porque la competencia es cada vez más fuerte", comentó el empresario. En ese mismo punto coincidió el alcalde de Torremolinos, Pedro Fernández Montes, quien afirmó que el clima es el principal activo turístico.

Entre los retos a los que se enfrenta este segmento clave, hay que destacar la reducción de la dependencia que tiene el litoral andaluz de determinados mercados y compañías aéreas, como es el caso de las de bajo coste. En 2006 la cuota de mercado de estas líneas era del 50% frente al 72% de 2011. Esta relación, según los expertos, puede provocar que el destino sea más vulnerable, aunque algunas intentan antes del foro señalar que este tipo de compañías aéreas pueden ser una oportunidad. También se puso sobre la mesa la necesidad de diversificar los canales de comercialización.

Málaga

TURISMO

El turismo de sol y playa apuesta por más vuelos y diversidad para soslayar la crisis

► Más de doscientos profesionales asisten a la Conferencia Estratégica del sector, celebrada en Torremolinos ► El consejero se marca como objetivo convertir a Andalucía en destino líder del sur de Europa en un plazo máximo de diez años

L. MARTÍN TORREMOLINOS

La industria turística se comprometió ayer casi en bloque a buscar nuevas rutas aéreas y diversificar la clientela de una manera que ayude a sortear la crisis y a corregir algunas de las deficiencias históricas de los destinos de sol y playa, caso de la diferencia entre la demanda de invierno y la de verano. El sector, reunido en la Conferencia Estratégica de Turismo, que agrupó en Torremolinos a un total de 205 profesionales, con la organización de la Junta de Andalucía, está convencido de que la apuesta por más vuelos y mercados supondrá un refuerzo para la estabilidad y la ruptura de la dependencia de turistas como los británicos y los españoles, que cubren un porcentaje enorme de las ventas en la Costa del Sol.

Con el recuerdo todavía fresco del desajuste provocado en el sector por el retroceso de los clientes del Reino Unido, influido por el decaimiento de la libra, los asistentes, divididos en grupos de trabajo, coincidieron en la importancia de buscar una estrategia combinada que permita atraer nuevas conexiones y explotar los distintos recorridos que permite la oferta de Andalucía y provincia. Miguel Sánchez, presidente del Consejo de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía, defendió, incluso, un nuevo funcionamiento para lo que considera un nuevo ciclo. «Necesitamos un cambio radical en la promoción, con más acciones directas y más uso de las tecnologías», abundó.

En esta línea, insistió en una forma de trabajar que, en otro tiempo y especialmente en esta pro-

LAS FRASES

RAFAEL RODRÍGUEZ
CONSEJERO DE TURISMO

«El liderazgo no se logrará bajando los precios ni con peores condiciones laborales»

► El responsable turístico de la Junta se muestra convencido, a pesar de la crisis, de las posibilidades de crecimiento de Andalucía, un destino que, según puso de relieve, reúne una cantidad de ingredientes sin parangón entre los competidores.

MIGUEL SÁNCHEZ
CONSEJO DE TURISMO DE LA CEA

«Tenemos que adaptarnos a un nuevo ciclo, también con la promoción»

► El presidente del Consejo de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía asegura que hay que redefinir estrategias y apostar por una promoción más rica en acciones directas y con mucha más presencia de las nuevas tecnologías.

vincia, habría sonado casi a sacrilegio, especialmente por la preeminencia comercial del turismo de vacaciones. «El sol y playa no tiene que ser la base de todas las campañas; en algunas épocas y en algunos mercados tendría que ser un complemento», resaltó.

En el encuentro, el primero de este formato que se celebra en el sector, los diferentes grupos señalaron entre sus prioridades la formación de los trabajadores, la venta y promoción online, el aprovechamiento de las afinidades de las distintas ofertas y la colaboración público-privada. Una idea, esta última, en la que también insistió el consejero de Turismo,



Rafael Rodríguez (primer plano) junto a la mesa de representantes del sector. AROMEGA

Cómercio y Deporte, Rafael Rodríguez, que se marcó como objetivo convertir a Andalucía en el destino líder del sur de Europa en un plazo máximo de diez años. «Ninguna otra zona tiene tantos ingredientes», puntualizó.

Rodríguez insistió en el concepto de participación y colaboración entre los diferentes agentes de la industria, que se reunieron ayer en la conferencia con el fin de empezar a diseñar la política turística de Andalucía. El consejero mostró su confianza en que el próximo año resulte también favorable a los intereses del sector, a pesar de la perseverancia de la crisis en el mercado doméstico.

«Los índices serán similares a los de 2012, especialmente por el turismo internacional», indicó.

El mandatario andaluz, en consonancia con el resto de agentes, se mostró partidario de una promoción que además de dirigirse a los mercados con más peso en la provincia seduzca a otros grandes polos de emisión como Rusia o China. De acuerdo con Rodríguez, la conjura del sector no puede pasar, en ningún caso, por la caída de precios y la degradación de las condiciones de trabajo. Un aspecto en el que coincidió con los portavoces andaluces de turismo de UGT y CCOO, Rafael Navas y Gonzalo Fuentes, pero también

con el propio Sánchez. «Es muy importante que los trabajadores tengan salarios adecuados para que puedan ofrecer mejor servicio», resaltó el representante de la patronal.

En cuanto a los vuelos, muchos de los asistentes insistieron en que la presencia de las compañías de bajo coste no debe interpretarse como una mala noticia, sino como una oportunidad para Andalucía. Aunque eso sí, dentro de un mercado heterogéneo y con propuestas e itinerarios diferentes. El pasado mes de octubre, las pernoctaciones descendieron en la región un 5,5 por ciento; Málaga acaparó el 42 por ciento del total.

GRUPOS DE TRABAJO



Propuestas conjuntas para una nueva política turística

► La Conferencia Estratégica de Turismo, que concitó ayer en el Palacio de Ferias y Congresos de Torremolinos a más de doscientos profesionales, concluyó con un documento preliminar de alrededor de ochocientas propuestas. Se trata de una relación de ideas extraída de los grupos de trabajo que, según el consejero Rafael Rodríguez, formarán parte de la política turística de la Junta de Andalucía.

SOL Y PLAYA

► Además de la apuesta por la diversidad y por las nuevas líneas aéreas, el grupo de trabajo que abordó las necesidades de este segmento, dirigido por Miguel Sánchez, incidido también en la importancia de establecer un equilibrio entre oferta y demanda. También se insistió, al igual que en el resto de segmentos, en la mejora de la venta por Internet.

NATURALEZA

► El grupo de turismo rural propuso, entre otros asuntos, la lucha contra la competencia desleal, el adecentamiento y la publicidad del patrimonio paisajístico y el uso de transportes públicos circulares que mejoren el acceso y los desplazamientos en los entornos naturales de Andalucía.

CONGRESOS Y NÁUTICO

► Los profesionales y especialistas del subsector del turismo de congresos reclaman mejores enlaces aéreos y la creación, por parte de la Junta, del Andalucía Convention Bureau, una oficina consagrada a la promoción y captación de eventos. En lo que respecta al turismo náutico, se abogó por revisar el sistema de tasas y cánones de los puertos públicos y privados, bonificar las escalas de tránsito y puerto base y reunir esfuerzos para tratar que las próximas ediciones de la asamblea de puertos del mediterráneo y la feria internacional de la actividad se celebren en Andalucía.

SALUD Y BELLEZA

► La mesa de trabajo, en este caso, reivindica más cualificación sanitaria y hostelería para los profesiona-

les y la creación de un plan de promoción específico. También se pide más apego hacia los certificados de calidad y el establecimiento de una jerarquía de negocios en función de su calidad y servicios.

DEPORTES

► En este grupo de trabajo tuvo especial preponderancia el golf, que recientemente ha tenido que sobreponerse al estropicio generado por la subida del IVA. Los profesionales piden a la administración el diseño conjunto de un club de producto de golf. Por otro lado, se defendió la programación de grandes eventos deportivos con capacidad de atracción turística.

GASTRONÓMICO

► La mesa gastronómica, que también analizó el futuro del turismo

enológico, solicitó la creación de un distintivo para los establecimientos que promocionen la dieta mediterránea. Además, se confió en el éxito de un calendario de rutas ajustado a las temporadas de producción.

EMERGENTES

► Entre las nuevas ideas planteadas en este grupo, destaca la configuración de una ruta subterránea centrada en las cuevas turísticas y la espeleología.

IDIOMÁTICO

► El turismo idiomático, alemán, entre otros puntos, una mayor presencia en mercados de gran recorrido como el estadounidense y el asiático. Asimismo, piden más contacto y colaboración con el ámbito universitario, especialmente en los acuerdos para los estudiantes.

Comerciantes piden impulsar el atractivo turístico del entorno del Thyssen

Propietarios de negocios tradicionales y el museo estudian ideas que potencien esta zona del Centro con menos afluencia peatonal

■■ NOEMÍ R. NAVAS

MÁLAGA. Junto a la hostelería, a nadie se le escapa que uno de los pilares de la economía malagueña es el pequeño comercio. Sin embargo, son muchas las voces que lo identifican como uno de los sectores más castigados por la crisis. Y según los propios comerciantes, el que más. De ahí, qué sea un objetivo prioritario

revitalizar todas las calles del Centro para convertir las en un gran centro comercial abierto capaz de competir en igualdad de condiciones con franquicias y grandes superficies. Y ahora la iniciativa parte de los mismos negocios que señalan al turismo como medida dinamizadora.

En concreto, de Aecotrarma (Asociación de Empresarios del Comercio Tradicional Malagueño), un colectivo que plantea unir sus fuerzas al Museo Thyssen para dinamizar el entorno de las calle San Juan, Compañía, Mártires, Fajardo, Salvago Santos y Puerta Nueva.

Ayer representantes del colectivo y la pinacoteca mantuvieron una reunión para sentar las bases de las



Los comerciantes apuestan por ofrecer alternativas que animen el tránsito peatonal. ■ CARLOS MORET

propuestas conjuntas a desarrollar en los próximos meses, y que podrían requerir en algunos casos de ayuda municipal. «Se han volcado todos los esfuerzos en la entrada al Centro y hay otros negocios más allá

de la calle Larios. Parece que esta parte no le interesa a nadie pero somos más de 60 negocios de carácter tradicional los que poblamos una zona que no hace muchos años era atractiva comercialmente», explicó Arturo Valero.

El portavoz del colectivo y fuentes del Thyssen adelantaron a SUR que la iniciativa nace de la idea de fortalecer el entorno dentro de la ruta de cruceros —en la actualidad no se incluye— para atraer a nuevos clientes. «Se están abriendo nuevos locales en esta zona, también de hostelería y los negocios tradicionales están haciendo un esfuerzo enorme por mantenerse abiertos y generar empleo», remarcó Valero.

En este sentido, los comerciantes tienen claro que las calles necesitan un cambio de imagen. «Los

edificios se están rehabilitando pero las obras van muy lentas y necesitamos un impulso porque el comercio minorista está en bajas», solicitó Lola Fernández, la calle Compañía.

«El mejor centro comercial» Desde Aecotrarma piden al Ayuntamiento «que colabore para que el mejor centro comercial de Málaga sea su Centro Histórico». La propuesta se une a la que ya hiciera la asociación de vecinos Centro Antiguo, que planteó crear un circuito turístico comercial que descongestione el tráfico en Carretería y atraiga peatonal al entorno del Thyssen. Mientras, a corto plazo, los comercios tradicionales de la zona anunciarán campañas promocionales y actividades de ocio que incentiven las ventas.

Málaga



Tractorada para protestar por la construcción del anillo ferroviario en la vega de Antequera.

El anillo busca su vía

Si el PSOE advierte de que el Gobierno quiere trasladar el proyecto de Antequera a Castilla-La Mancha, el PP tacha el documento elaborado por los socialistas de "fraude"

R. L. / MALAGA

Desde hace unos meses el anillo ferroviario que se proyecta en Antequera se ha convertido en uno de los asuntos estrella de las agendas del PP y del PSOE. Y ayer se volvió a escribir una nueva página después de que el PSOE denunciara que el anillo, proyectado por el Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (ADIF), está en peligro porque el Partido Popular se lo quiere llevar a Castilla-La Mancha. El secretario general del PSOE de Málaga y diputado nacional, Miguel Ángel Heredia, y el parlamentario andaluz, Paulino Plata, denunciaron en conferencia de prensa que la presidente de esa comunidad y secretaria general del PP, María Dolores de Cospedal, "presiona" al Ejecutivo para quitarle el proyecto a Málaga.

Heredia se refirió a las "tensiones" dentro del Partido Popular para llevarse el proyecto y dijo que "ha habido amagos, como la oferta de instalarlo en Guadix", aun que ahora, "la pugna es más fuerte es trasladarlo a Castilla-La Mancha, comunidad que tiene conexión con el AVE". Según los socialistas, el Gobierno tiene en estos momentos el proyecto paralizado.

Por su parte, Paulino Plata subrayó que la ministra de Fomento tiene sobre su mesa una orden ministerial para declarar de uso ferroviario la zona que no ha firmado. "Es el paso que hay que dar ahora", según Plata, que ha afirmado que si no se firma se perderá la financiación europea, que supone el 80% del presupuesto del proyecto y que debe ser empleado antes de que acabe en el año 2013.

Plata argumentó que sobre un total de 358 millones de euros que cuesta el anillo ferroviario, Adif "tiene ya en su cuenta bancaria los 245 millones de euros de fondos europeos para esta infraestructura". El parlamentario insistió en que "si no se contrata la obra en 2013, se perderán esos fondos europeos". Paulino Plata dijo que es una inversión muy importante para Andalucía y que no se puede perder la oportunidad "todo el sector ferroviario puntero a nivel internacional está pendiente del proyecto".

VIABILIDAD

Adif dice que la actuación se encuentra en fase de definición de la mejor fórmula de colaboración

Minutos después de la denuncia del PSOE llegaba la respuesta del PP en voz de la diputada nacional del PP por Málaga Celia Villalobos, que pidió a Heredia que "déje de mentir" sobre el proyecto del anillo ferroviario de Antequera, al tiempo que aseguró que "lo que defendían los socialistas era un fraude". "En vez de salir con ese descaro e irresponsabilidad que tiene para mentir impunemente, que explique que el anillo que defendían y vendían en grandes titulares los ex ministros de Fomento Magdalena Álvarez y José Blanco era un púfo, que no se sostenía por ningún lado", criticó en un comunicado la también vicepresidenta primera del Congreso de los Diputados.

En este sentido, la diputada del Partido Popular consideró "increíble y muy preocupante para

su credibilidad que después de todo lo que ha engañado el PSOE respecto al anillo, que ha vendido de forma irresponsable cosas que no eran ciertas, ahora salga a la palestra con mentiras y engaños para intentar arañar algún titular". Dijo que desde el Ejecutivo central se está buscando la colaboración de entidades privadas que quieran participar activamente en el proyecto, ya que de nada sirve crear unas grandes infraestructuras que nadie después vaya a utilizar. "Hay que intentar que esta inversión no acabe en las vías muertas a las que pretendía llevarla el PSOE", subrayó.

Por su parte, Adif también desmintió "rotundamente" la denuncia del PSOE y aseguró que "el proyecto se encuentra en fase de definición de la mejor fórmula de colaboración público-privada que asegure su viabilidad".

El consorcio del anillo pide a Fomento que convoque el concurso antes de fin de año

Indra aportará su experiencia tecnológica a un grupo en el que se integran fabricantes de trenes, de señalización y constructoras

de N. TRIGUERO / I. LILLO

MÁLAGA. «El compromiso de Europa con el anillo ferroviario no es un proyecto, es una realidad, porque el dinero ya está puesto». Eduardo Bonet, vicepresidente de Indra (compañía española especializada en la gestión del tráfico de trenes) es un convencido de la necesidad de que Málaga cuente con esta infraestructura, hasta el punto de que su empresa será el socio tecnológico en uno de los consorcios que optará a construir y explotar las instalaciones, junto con Alstom, Acciona, Ferrovial y FCC. La partida de fondos europeos a la que se refiere es de unos 243 millones de euros.

«Para antes de final de año es previsible que se abra un procedimiento negociado de contratación en el cual, en vez de sacar unas condiciones y que las empresas compitan, se va elaborando un pliego de condiciones junto a las empresas para tener la seguridad de que van a presentarse. Ya hay un borrador de pliego que ahora se está perfeccionan-

do», explica el directivo. Y añade: «Lo lógico es que el pliego se discuta, a partir de ese momento, durante seis meses. Esperamos estar trabajando ya sobre el terreno dentro de un año». Es posible que concurre otra unión de empresas interesadas, pero no más de dos, ya que estas tendrán que hacer frente a una inversión privada de unos 110 millones de euros.

ITV de trenes

Las empresas han solicitado varias cuestiones al Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (Adif, dependiente del Ministerio de Fomento). En la primera están todos de acuerdo, y así lo ha hecho constar la entidad pública: la construcción y la explotación del anillo irán juntas, y así se construirá de una determinada manera, que responde a la estrategia de explotación de los socios.

Otro pilar es la creación de una especie de ITV para los trenes de alta velocidad: «Le hemos pedido a la Administración que establezca la necesidad de certificar los produc-

tos ferroviarios, los trenes. Los AVE no pasan ITV. Y queremos que en el anillo de Antequera no solo se esté probando nueva tecnología, trenes del futuro, sino que haya un proceso de certificación constantes». Por último, las empresas reclaman que Adif tenga un pequeño porcentaje de participación, del 10%, «por interés mutuos». A cambio, se creará una plataforma de pruebas que será muy útil, entre otras, para el proyecto del AVE entre La Meca y Medina, en Arabia Saudí, y para otros concursos internacionales en los que compitan las compañías españolas.

El pliego de la licitación se está ultimando; según explicaron fuentes de Adif, con el objetivo de que se ponga en marcha «cuanto antes», aunque matizaron que el procedimiento jurídico es complejo. Con todo, recalcaron el compromiso de Fomento de sacar adelante la iniciativa.

Celia Villalobos, diputada del PP por Málaga y vicepresidenta del Congreso, añadió que el concurso para adjudicar la construcción y explotación está previsto que se publique a finales de diciembre o enero; y recordó que la clave es contar con el apoyo de las empresas del sector ferroviario. En caso de que finalmente no cuaje el interés, se está trabajando ya en una alternativa de I+D de tecnología ferroviaria, pero sin salir de Antequera.

Las empresas prevén que se pueda comenzar a trabajar sobre el terreno a finales de 2013

Bronca entre PSOE y PP sobre la ubicación del futuro circuito de ensayos

de I. LILLO

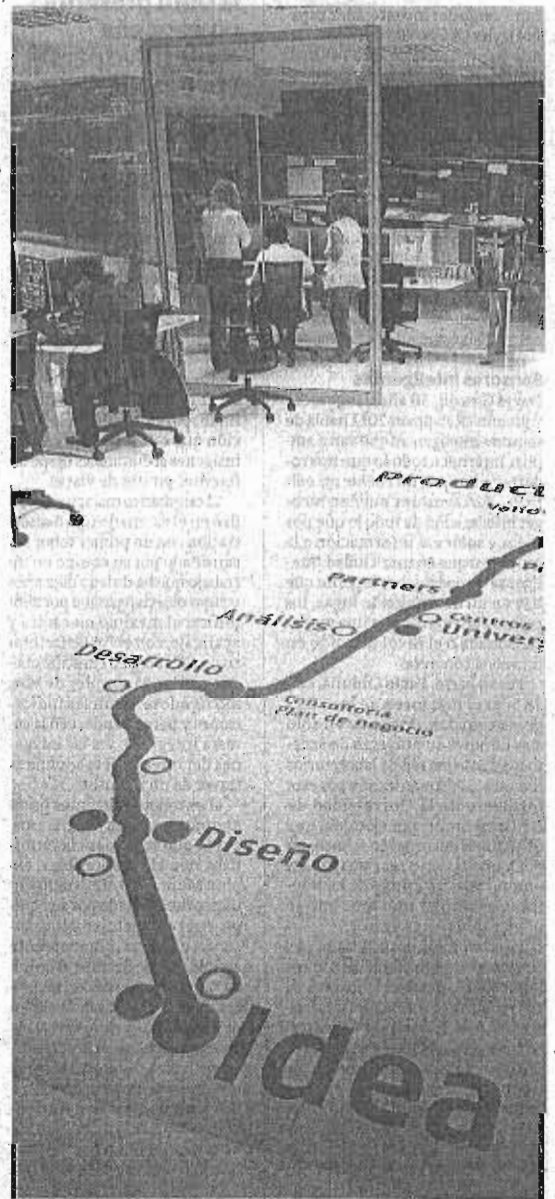
MÁLAGA. El futuro anillo de ensayos ferroviarios también se situó ayer en el centro de la bronca política. Por la mañana, el secretario general del PSOE de Málaga, Miguel Ángel Heredia, compareció junto al parlamentario antequerano Paulino Plata para denunciar que la presidenta de Castilla-La Mancha y líder del PENacional, María Dolores de Cospedal, presionaba al Gobierno para que la infraestructura prevista en la Vega de

Antequera se traslade a esa comunidad. «El anillo está pendiente de un hilo por la falta de voluntad política del Gobierno», dijo Heredia.

«El dinero del anillo que hay en Europa está garantizado y se invertirá en Antequera. La diputada del PP por Málaga y vicepresidenta del Congreso, Celia Villalobos, no tardó ni una hora en responder, y rechazó de forma tajante que exista ningún plan para llevarse a La Mancha. «Si hay empresas que quie-

ran hacerlo y utilizarlo se hará en Antequera», sentenció Villalobos.

El Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (Adif), que impulsa el proyecto, también salió al paso de las declaraciones del líder de los socialistas malagueños: «Adif desmiente rotundamente las informaciones relativas al posible traslado del anillo ferroviario de la ubicación contemplada en el proyecto actual, en la comarca de Antequera», aseguró un portavoz de la entidad.



Instalaciones del Centro de Tecnología Ferroviaria. :: ALVARO CABRERA

Encendemos
la Navidad

¡Ven a descubrirlo!
23 de noviembre
a las 20:00 h



www.parquemiramar.com

Centro Comercial Parque Miramar
A7 Salida 208 Fuengirola





De izquierda a derecha, Felipe Medina, de APD; Jose Luis Villoslada, de Isofotón; Santiago Herrero, de la CEA; Álvaro Portes, de Cesce; José Antonio Silva Sousa, de Fundación Luño Española, y Antonio Ayuso Quintana, de Zest Mozambique.

Herrero anima a apostar por el África subsahariana “sin reservas”

El presidente de la CEA aboga por entrar en ese mercado de la mano de los portugueses

R. E. / SEVILLA

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Santiago Herrero, animó ayer a las empresas de la región a “apostar sin reservas” por expandirse e invertir en los países del África subsahariana, una región donde ve “un mundo de posibilidades”.

Así lo puso de manifiesto durante la inauguración, en

Sevilla, de la jornada *África Subsahariana: Oportunidades de Negocio e Inversión*, organizada por la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) con el patrocinio de CESCE. Herrero aludió a un informe del Banco Mundial elaborado en este año 2012, que concluye que un tercio de las 50 economías que desde el año 2005 más han mejorado sus condiciones para propiciar negocios son subsaharianas.

El máximo dirigente de los empresarios andaluces abogó por entrar en dicho mercado de la mano de una “aliada natural” co-

mo, a su juicio, es Portugal, un país que “se ha desenvuelto durante siglos” en ese área.

En la misma línea, el director de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) en la Zona Sur, Felipe Medina, señaló que Andalucía “no puede” mantenerse alejada de África, ya que dicho continente alberga “un mercado de 840 millones de personas”. Aunque “la imagen” del continente es la de sus “conflictos”, el continente se encuentra en una situación de “mayor estabilidad que en la década de los 90” y crece a un ritmo del 5%.

CAMBIOS EN LA PATRONAL

Cepyme cesa a su secretario general para iniciar el cambio

El relevo de Gonzalo Garnica se enmarca en el proceso de remodelación y de ajuste de costes en la organización

23/11/12 EL ECONOMISTA

José María Triper MADRID

El Comité Ejecutivo de Cepyme aprobó el pasado miércoles el cese de Gonzalo Garnica como secretario general de la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa, integrada en CEOE.

La decisión, a propuesta del presidente, Jesús Terciado, fue ratificada posteriormente por la Asamblea de Cepyme y se enmarca dentro del proceso de reorganización de la estructura y del ajuste de costes emprendido por esta asociación empresarial.

En círculos próximos a la patronal han confirmado a *elEconomista* que el objetivo de la reforma iniciada es reforzar el equipo técnico de Cepyme para adaptarse a las nuevas demandas y necesidades de las pequeñas y medianas empresas españolas, además de reducir los costes salariales. Un proceso que obligará a realizar algún relevo más en la cúpula de la organización.

Cepyme también quiere, mediante esta reforma, reforzar su papel como interlocutor social en el proceso de diálogo social y en las relaciones con las Administraciones Públicas y las distintas instituciones públicas y privadas.

Un hombre de CEOE

Gonzalo Garnica, antes de *fichar* por Cepyme, ocupaba desde 2007 el puesto de director del Departamento de Empresas Asociadas de CEOE, organización en la que empezó a trabajar en 1979 en el departamento de Comunicación, de la patronal española como jefe del Servicio de Radio y Televisión.

Tras un breve paréntesis (1981-1982) en el que trabajó en IBM co-



Jesús Terciado, presidente de Cepyme. F. VILLAR

Una reforma en sintonía con Rosell y CEOE

La reforma emprendida por Jesús Terciado en Cepyme está en sintonía con la política iniciada por Juan Rosell desde la presidencia de la patronal CEOE, y entre sus objetivos destacan el de dotar a la organización de mayor eficacia y fortaleza en la representación de las pequeñas y medianas empresas y de los empresarios autónomos españoles.

mo director de Información, Garnica se reincorporó a CEOE en 1983 como director de Comunicación de la confederación, cargo que desempeñó hasta la marcha de José María Cuevas de la Presidencia y la llegada de Gerardo Díaz Ferrán, en 2007.

En el ámbito empresarial, Gonzalo Garnica ha sido miembro del Consejo de Administración de distintas empresas y entidades. En el ámbito académico, es vocal del Consejo Social de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, (UNED), además de patrono de la Fundación UNED. Es también profesor en distintas Escuelas de Negocios y Masters organizados por diferentes universidades españolas.