



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: *3/12/2012.*

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

LA TRIBUNA

Europa a pesar de todo

JAVIER GONZÁLEZ DE LARA Y SARRIA
 PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA

La convergencia fiscal, no debe a su vez interpretarse equivocadamente como un aumento de la carga impositiva para empresas y familias, sino todo lo contrario



La concesión del Nobel de la Paz a la Unión Europea, supone un importante reconocimiento a «las más de seis décadas de contribución de la UE al progreso de la paz, la reconciliación, la democracia y los derechos humanos en Europa». El discurso pronunciado por el Ministro de Asuntos Exteriores francés Robert Schuman el 9 de mayo de 1950, supuso el primer paso para la formación de esta organización supranacional, al proponer que el carbón y el acero de Alemania y Francia (con los demás países que se adhirieran), se sometiesen a una administración conjunta. Más tarde, los Tratados de Roma, la adhesión de España, la caída del Muro de Berlín, el Acta Única Europea, el Tratado de Maastricht, el de Niza y finalmente el Tratado de Lisboa, son sólo algunos hitos de la transformación que Europa ha vivido en estos intensos años. Desde entonces, hemos avanzado mucho en el Viejo Continente, mejorando una fructífera convivencia basada en «paz, comercio y democracia».

Este 2012 marca además, el XX Aniversario del Mercado Interior Europeo, que durante estos últimos tiempos ha experimentado un crecimiento muy significativo, reflejo de las sucesivas ampliaciones de la UE. Ha pasado de contar con 350 millones de consumidores en 1992, a cerca de 500 millones en 2012. Del mismo modo, el intercambio comercial de mercancías ha experimentado un notable incremento, pasando de 800.000 millones de euros en 1992 a 2,8 billones en 2011.

Para las empresas españolas, el Mercado Interior Europeo es, junto con la moneda única, la piedra angular del proceso de construcción europea y uno de sus logros más tangibles. A pesar de la llamada crisis del euro, el también llamado Mercado Único, representa una oportunidad de proyección exterior, de adaptación a un mundo en constante evolución, de competir en mejores condiciones y, en definitiva, de crear nuevas perspectivas de futuro. Renovando este compromiso por un mercado cohesionado y eficiente, estamos sin duda apoyando a nuestras empresas en su posicionamiento internacional.

Sin embargo, en estos momentos de crisis socioeconómica, política y financiera, Europa debe avanzar hacia un marco reglamentario más transparente, eficiente y flexible, que permita pasar del enfoque excesivamente legislativo, a otro basado en el refuerzo de los mecanismos de supervisión, legislando donde realmente sea necesario, rebajando la carga administrativa asociada a la normativa europea. En línea con un reciente informe

de la CEOE, Europa se encuentra en una encrucijada histórica para consolidar la demandada unión bancaria y la unión fiscal, que permitan en primer lugar, la fusión e integración del mercado financiero y que impliquen mejoras de supervisión del sistema, además de contribuir a la estabilización de la situación de solvencia de estas entidades. La convergencia fiscal, no debe a su vez interpretarse equivocadamente como un aumento de la carga impositiva para empresas y familias, sino todo lo contrario.

El establecimiento de una sólida unión financiera, debiera permitir la dinamización del mercado interbancario, lo que supondría una apertura de los canales de financiación para nuestras pequeñas y medianas empresas. Urge favorecer el acceso al crédito y en particular, al capital circulante, para lo cual es relevante contar con un marco regulatorio estable y una normativa creíble. También, la libre prestación de servicios y la libertad de establecimiento no serán realmente efectivas, mientras no se incremente la movilidad laboral. Es preciso eliminar los obstáculos que todavía persisten, entre otras cuestiones, con el reconocimiento de las cualificaciones profesionales, la rigidez y asimetría de los mercados de trabajo y una adecuación deficiente entre los sistemas de educación y formación frente a las necesidades del mundo empresarial. El transporte, la energía, la política comercial con terceros países, la protección efectiva de los resultados en materia de innovación, investigación y desarrollo, también se nos antojan imprescindibles.

Sin olvidar en este XX aniversario del Mercado Único Europeo que el reto de la Economía Digital, es un objetivo estratégico que debe fortalecer la confianza de las empresas y los consumidores en el comercio electrónico, unificando la fragmentación del marco legislativo aplicable, en relación con los medios de pago, los sistemas de identificación y firma electrónicos, la protección de datos, la información sobre los productos, etc.

Está por ver si la envergadura de las decisiones que tomen los políticos que llevan las riendas del continente, estarán a la altura de las circunstancias. Lo claro es que ni las medias tintas ni las ambigüedades serán buenas para el futuro de la UE. La clave estará en dos posibles soluciones: dar pasos hacia una unión poco ambiciosa que se limite a las relaciones ya existentes, o avanzar con decisión hacia el principio de una cohesionada y eficiente Europa federal. Como señaló Jefferson: «Me gustan más los sueños del futuro que la historia del pasado». Por eso, sigamos construyendo Europa, a pesar de todo.



MÁLAGA EMPRESARIA

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGATELÉFONO
952.060.623WEB
www.cem-malaga.es
CORREO ELECTRÓNICO
cem@cem-malaga.es

CEM, CIT-Marbella y el Ayuntamiento apoyan a los emprendedores

► Los empresarios presentan una Guía del Emprendedor con todos los pasos para poner una empresa

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ El Ayuntamiento de Marbella, CIT-Marbella y la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) presentaron el pasado lunes, 26 de noviembre, la Guía del Emprendedor. Se trata de un documento de 46 páginas que incluye información sobre todos los trámites y pasos a dar para poner en marcha una empresa o cómo hacerse autónomo. Esta publicación se puede descargar de la página web del Ayuntamiento y de CIT-Marbella y a partir de enero también estará disponible en varios idiomas.

El presidente de CEM, Javier González de Lara, explicó que si hay algo que caracteriza a esta provincia es su dinamismo empresarial, poniendo como ejemplo, precisamente, Marbella. En la provincia de Málaga en los diez



Juan José González, Ángeles Muñoz y Javier González de Lara. L.O.

primeros meses del año se han constituido 3.000 empresas; lo que hace suponer que el año se cerrará con unos resultados mejores que los del pasado, en el que se dieron de alta 4.100 sociedades.

«En la provincia se han creado más empresas —dijo González de Lara— que en Baleares, Canarias,

Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón o el País Vasco». Por lo que a Marbella se refiere, el presidente de los empresarios malagueños señaló que esta ciudad no se queda a la zaga «gracias a su liderazgo en el sector turístico, su comercio cada vez más especializado y un sector servicios que

desde hace muchos años ha apostado por la calidad y la excelencia» de ahí que, aproximadamente, un 20% del total de empresas de la provincia estén radicadas en la localidad.

El presidente de CIT-Marbella, Juan José González indicó por su parte que es momento de «incentivar» la actividad empresarial y apostó por los autónomos, quienes serán los verdaderos protagonistas de la recuperación económica. «Somos las pymes y los autónomos los que podemos sacar a este país adelante», afirmó.

Por su parte, la alcaldesa de Marbella, Ángeles Muñoz, anunció la apertura de oficinas del emprendedor en el Ayuntamiento, la Tenencia de Alcaldía de San Pedro Alcántara y los distritos de Nueva Andalucía y Las Chapas.

CEM y la Junta presentan un estudio de los BIC

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ CEM ha presentado el estudio «Identificación de las ocupaciones integradas en las actividades desarrolladas en el ámbito de los Bienes de Interés Cultural de Málaga en el contexto andaluz, generadoras de empleo y desarrollo del sector turístico, y estudio de las necesidades formativas». El documento identifica las necesidades de cualificación y formación de los nuevos perfiles en el ámbito de los BIC. La delegada de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, Marta Rueda, explicó que el sector cultural juega un papel cada vez más importante en la economía y que Andalucía tiene 3.117 BIC. Málaga tiene 322.

Por su parte, el presidente de CEM, Javier González de Lara, recordó la puesta en marcha de instrumentos de apoyo y promoción como la Fundación CEM, Cultura, Economía y Medio Ambiente, o la participación en fórmulas de combinación de cultura y turismo.

La licitación de obra pública en Málaga cae un 52% entre enero y septiembre

Se han comprometido proyectos por 110 millones, la décima parte que en los años de bonanza

A. R. / MÁLAGA

La licitación de las Administraciones Públicas en Málaga ha descendido un 52,7% entre enero y septiembre respecto al mismo periodo del año anterior, según los datos dados a conocer ayer por la patronal Seopan. En los nueve primeros meses del año las instituciones apenas han licitado obras por valor de 110,1 millones de euros cuando en los años de bonanza se llegaron a superar los 1.000 millones de euros de inversión. La Administración autonómica es la que más ha rebajado su inversión, con un descenso del 69,8%.



El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez (IU-CA), ayer, durante su visita a la capital cordobesa. / MADERO CUBERO

La Junta dice que el decreto para proteger el litoral ayudará a atraer turistas de calidad

Sostiene que quienes critican la norma son los que «engordaron» con el boom inmobiliario

ROSA JIMÉNEZ / Córdoba
El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, dijo ayer en Córdoba que la puesta en marcha del decreto-ley para la defensa del litoral supondrá la aparición de un turismo de calidad, porque según dijo, los empresarios dedicados a la construcción de hoteles saben que el futuro de Andalucía va ligado a la calidad y a la sostenibilidad.

Ante las críticas del PP y de em-

presarios a la aprobación del decreto para la protección del litoral, el consejero explicó que el principal obstáculo para el desarrollo inmobiliario en Andalucía es la política económica del Gobierno y las líneas básicas que esta política desarrolla, impidiendo el crédito y la confianza, a la vez que deprime las rentas familiares.

Por tanto, matizó que si algo está paralizando la actividad inmobiliaria no es el decreto aprobado

por la Junta, sino las políticas económicas del Gobierno de Rajoy y el boom inmobiliario y especulativo que generó el Ejecutivo y que a día de hoy es la consecuencia de nuestra crisis, dijo Rodríguez.

El consejero explicó que el turismo de Andalucía será competitivo en el futuro cuando sea un producto de calidad y alertó de que quienes sigan pensando que el futuro de Andalucía es «llenar la costa de hormi-

gón» es que no son industriales del turismo ni apuestan por este sector estratégico a medio y largo plazo.

De igual forma señaló que quienes piensan que el futuro de la comunidad es llenar los espacios de litoral sin desarrollar de hormigón y de «edificios que ellos mismos engordaron al calor de la especulación inmobiliaria» son los mismos que a día de hoy «siguen esperando otro boom para vivir de ello».

La amnistía fiscal no consigue reducir el peso de la economía sumergida en Málaga



NURIA TRIGUERO

✉ ntriguero@diariosur.es

El viernes terminó el plazo de la regularización extraordinaria, con la que el Gobierno preveía aflorar patrimonios por valor de 25.000 millones

MÁLAGA. ¿Se puede dormir tranquilo con 500.000 euros –de dinero negro, huelga decirlo– escondidos en casa? Un asesor fiscal malagueño que prefiere no ver publicado su nombre descubrió hace poco que uno de sus clientes lo lleva haciendo muchos años. «Ni siquiera yo, que le llevo los asuntos fiscales, sabía que tenía ese dinero», señala. Cuando se anunció la regularización tributaria extraordinaria el pasado mes de mar-

zo, el dueño de la fortuna se decidió a confesar su secreto. El asesor le animó a acogerse a la amnistía para vivir más tranquilo, pero finalmente el miedo al fisco ha podido más. «El dinero se ha quedado debajo del colchón», concluye resignado.

Este caso ilustra las dudas y rece- los que ha despertado la amnistía fiscal entre sus potenciales beneficia- rios, es decir, los defraudadores. El viernes acabó el plazo y, a falta de da- tos oficiales –que se conocerán pre- visiblemente la semana próxima–, pocos asesores fiscales creen que se vaya a cumplir el objetivo del Go- bierno: recaudar 2.500 millones de euros. «Consultas ha habido, no una avalancha, pero sí algunas. Pero solo el 30% han acabado materializándose en regularizaciones», afirma José María Muñoz, director del despacho José María Muñoz y Asociados, que recuerda que las dos anteriores am- nistías fiscales de la democracia fue- ron también un fracaso por el mie- do de los defraudadores a que «Ha- cienda les eche el ojo a partir del mo- mento en que regularicen su situa- ción». También matiza que en su bu- fete no han aceptado a todos los

LOS DATOS

2.500

millones de euros pretendía re- caudar el Gobierno con esta re- gularización extraordinaria.

149,6

millones, como máximo, se ha- bían recaudado hasta octubre, se- gún datos de la Agencia Tributa- ria. Es un 6% de lo previsto.

10%

es el gravamen que se ha aplica- do a las rentas regularizadas.

22,6%

es el porcentaje del PIB que re- presenta en Málaga la economía sumergida, según cálculos de los técnicos de Hacienda.

clientes interesados en acogerse a la amnistía. «Estamos en la obligación de comprobar que el dinero tenga un origen lícito, es decir, que no pro- ceda de una actividad delictiva, así que hemos rechazado algunos casos que no veíamos claros», añade.

El director de Garrigues en Mála- ga, Aurelio López, es más optimista respecto al éxito de esta medida y asegura que la mayor parte de los clientes que han podido acogerse a la regularización «lo han acabado ha- ciendo», en parte motivados por el anuncio del Gobierno de endurecer la lucha contra el fraude fiscal a par- tir del año que viene.

A última hora

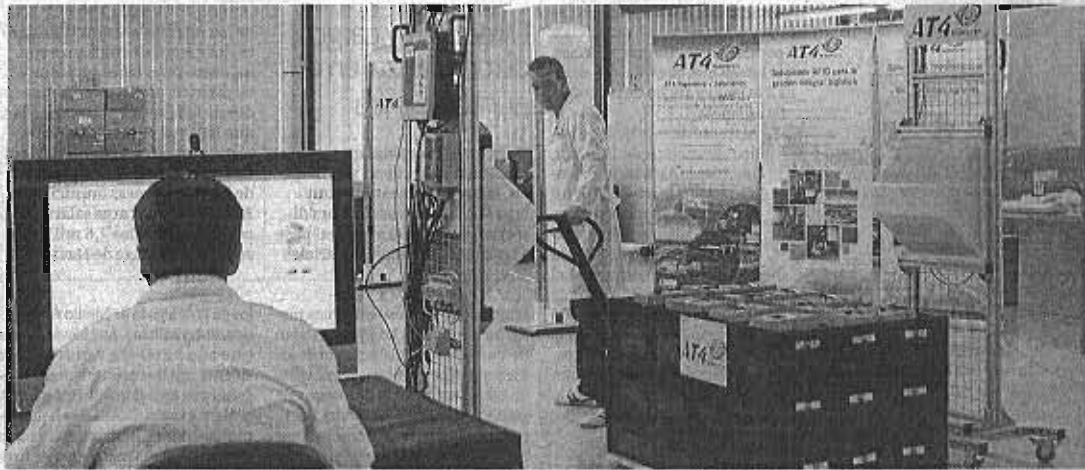
En lo que coinciden todos los profe- sionales consultados es en que ha sido en los últimos días cuando se han materializado las regularizacio- nes. «Nosotros hemos presentado ocho declaraciones, aproximadamen- te la mitad de las que podríamos haber hecho. Y todas esta semana», apunta uno de ellos.

Lo cierto es que los datos de recau- dación publicados por la Agencia Tri- butaria hasta octubre reflejan un es- caso éxito de la medida durante sus primeros meses de funcionamiento: en ese tiempo se ha recaudado un máximo de 149,6 millones de euros, lo que supone un 6% de lo previsto. Aún así, el departamento dirigido por Cristóbal Montoro siempre ha dicho que esperaba que los ciudada- nos se sumaran a esta iniciativa en el último momento. De hecho, fuen- tes del Ministerio de Hacienda ase- guran que hubo un importante in-

cremento de peticiones de informa- ción a un día de que acabara el plazo.

¿Cuál es el perfil del beneficiario de esta regularización fiscal extraor- dinaria? Para el secretario general del sindicato de los Técnicos del Mi- nisterio de Hacienda (Gestha), José María Mollinedo, la amnistía fiscal no va a hacer aflorar el fraude «del día a día», es decir, el que cometen autónomos y empresas en su acti- vidad cotidiana. «No se regularizan operaciones fraudulentas, sino pa- trimonios amasados con esas opera- ciones fraudulentas. Si un fontane- ro trabaja sin factura, el dinero que obtiene se lo gasta. ¿A quién se diri- ge entonces la amnistía? A las gran- des fortunas y grandes empresas con patrimonios ocultos fuera de Espa- ña», indica.

Otro asesor fiscal malagueño ex- plica que, en su despacho, los que se han acogido a la amnistía son «em- presarios retirados que ya no tienen actividad y quieren quedar en paz con Hacienda aprovechando que aho- ra les sale más barato». ¿Y los que no? «Los que tienen empresas ‘vivas’, por dos motivos: porque siguen utiliza- do el dinero negro y porque tienen miedo a atraer una inspección hacia sus compañías». Así pues, los exper- tos consultados vaticinan, más allá de la cifra que finalmente se haya re- caudado, un escaso éxito de la am- nistía fiscal en cuanto a la reducción de la abultada tasa de economía su- mergida española. En Málaga, Gestha calcula que el 22,6% del PIB se mue- ve ‘en negro’, lo que supone 2.249 millones de euros perdidos al año en ingresos tributarios.



Empresas málagañas exportan cada vez más tecnología y servicios TICs a EE UU y Europa, debido a que ganan en competitividad. ISSUR

Málaga lidera las exportaciones tecnológicas de Andalucía a EE UU

La provincia ha multiplicado por cuatro las ventas a este país en lo que va de año y ha logrado un crecimiento superior al 300%

■ GEMA MARTÍNEZ

MÁLAGA: El sector tecnológico de la provincia es cada vez más competitivo y, salvando las grandes diferencias en cuanto a volumen de negocio, es uno de los tres cuyas cifras dan una oportunidad al difícil optimismo. Los otros dos son el agroalimentario y el turístico.

Porque también en las denominadas TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) los datos que arroja la provincia son buenos y apuntan a un sector que poco a poco va germinando. Málaga exporta cada vez más tecnología y además crece el negocio con países relevantes tanto por la dimensión del mercado como por su poder adquisitivo, como es el caso de Estados Unidos. En lo que va de año, las empresas málagañas del sector de las denominadas TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) que han ampliado sus fronteras a USA han multiplicado por cuatro sus ventas en rela-

ción al mismo periodo de 2011.

Los datos los facilita la Agencia Andaluza de Promoción Exterior Extenda, que cifra en 9,4 millones de euros el total exportado por las TICs málagañas a Estados Unidos, lo que supone las tres cuartas partes del total exportado por el conjunto de Andalucía y un crecimiento de más del 300% en solo un año.

La pregunta es obvia: ¿Por qué querría comprar tecnología 'made in Málaga' un país que está a la vanguardia tecnológica mundial? «Somos competitivos», dice Fernando Hardasmal, subdirector del grupo AT4 Wireless y CEO de la filial de la firma en USA.

La empresa, especialista en ensayo y certificación tecnológica, es una de las 116 firmas andaluzas que mantiene relaciones comerciales con Estados Unidos, donde cuenta con un laboratorio. Además, su sede está en el Parque Tecnológico de Andalucía, un espacio al que el subdirector de AT4 Wireless define como 'software': «En estos momentos se valora mucho la personalización de los servicios y el coste del desarrollo de un software específico es mucho más elevado en Estados Unidos, donde es muy difícil encontrar ingenieros de calidad, porque se los han llevado los grandes nombres como Google o Amazon, por citar algunos».

Frente a esto en Málaga hay gente con talento y con una cualificación alta; desarrolladores cuyo trabajo es de calidad, pero que cobran mucho menos que en Estados Unidos. Y también que en el resto de Europa (léase Alemania, por ejemplo) e incluso que en el resto de España.

«No debemos tener complejos. Somos competitivos y hay que explotar el eje Universidad-Parque Tecnológico», dice el directivo. Hardasmal aventura incluso que Málaga es competitiva hasta si se compara con China e India, porque aunque allí el coste es menor, surgen otra serie de problemas que al final terminan encareciéndolo. Según este CEO, en el

caso de esta compañía, la tecnología que más vende a EE UU es la automatización de pruebas, aunque desde agosto están más centrados en vender servicios que tecnología.

Lo que vende

Por productos, Andalucía exporta en primer lugar equipos de telecomunicaciones, seguido de componentes electrónicos e instrumentos de precisión y medida. En cuanto a sectores destaca la venta al exterior de sistemas y montajes de dispositivos electrónicos (ordenadores PDAs, telefonía móvil); tecnología Wireless; TICs para la seguridad y defensa; desarrollos software y aplicaciones sectoriales.

En lo que va de año, las exportaciones de las 116 empresas andaluzas que se han lanzado a la conquista de las fronteras exteriores y que suponen un ínfimo porcentaje de las más de 1.500 que operan en el sector TICs, han facturado casi 170 millones de euros, una cifra que sitúa a la Comunidad en el tercer puesto de ranking nacional. No obstante, estas exportaciones representan apenas el 2% de la facturación total de sector en Andalucía, que supera los 8.500 millones de euros.

Málaga también lidera el conjunto de exportaciones del sector TICs con ventas este año que se sitúan en los 112 millones de euros y que suponen el 66% del total. Le sigue, de lejos, Sevilla, que ha exportado TICs por valor de 32 millones de euros.

En cuanto a los países de destino, Estados Unidos ocupa el segundo puesto, solo superado por Francia, que compró tecnología andaluza por valor de casi 46 millones de euros. Austria, Italia y Alemania también son países de destino y es importante el crecimiento que han experimentado las exportaciones hacia Emiratos Árabes Unidos, que han crecido más de un 260% en un año y China, noveno mercado, que ha crecido un 128%.

Mil descargas diarias de una aplicación hecha en Málaga

■ G. MARTÍNEZ

MÁLAGA. Se llaman Ez (Kitchen, Bathroom, Office o Garage) y es una gama de aplicación para iPad e iPhone desarrollada por la empresa málagaña Microcad Software que, según Alex Bataller, responsable de la

firma, están logrando mil descargas diarias de la versión gratuita. Entre ochenta y cien usuarios dan el segundo paso y se descargan versiones con más módulos.

Es el último servicio puesto en el mercado por esta compañía creada

en 1987 y dedicada al desarrollo e implantación del sistema CAD (Diseño Asistido por Ordenador) y especializada en el desarrollo de software para el diseño de interiores.

La firma tiene presencia en el mercado de EE UU desde 2004, cuando decidió abrir una oficina en una zona a diez minutos de Manhattan y después de comprobar, asombrados, la aceptación de su producto tras participar en una feria y confirmar el descontento de los clientes con la firma canadiense que en

tonces copaba el 80% del mercado. Ahora, el 40% de la facturación de la firma corresponde a ventas en USA, un mercado que asegura no dejó de crecer hasta un pequeño parón de 2008 a 2009, cuando volvió a recuperarse. Este año el crecimiento se ha duplicado en relación a 2011.

Aunque la aplicación antes citada va dirigida a usuarios finales, el software desarrollado por la empresa, que también tiene sede en Reino Unido, va dirigido a diseñadores de interiores y tiendas de cocinas.

Málaga



El turismo de bodas, una de las alternativas a explorar. ARCINIEGA

Andalucía trabaja en sectores emergentes para ampliar su oferta

► El turismo industrial, científico, pesquero, fotográfico y tecnológico, algunos de los segmentos que pueden ayudar a reducir la estacionalidad

E.P. MÁLAGA

El turismo industrial, científico, pesquero, fotográfico, tecnológico y de lujo son seis de los doce segmentos emergentes en los que trabaja la Consejería de Turismo de la Junta para reducir la estacionalidad de Andalucía como destino turístico y aumentar su competitividad.

El turismo activo, cinematográfico, cicloturismo, turismo accesible, ecológico y especializado en colectivos (homosexua-

les, mujeres, sólo adultos, sin niños o bodas y lunas de miel), completan la relación diseñada por la Junta en colaboración con los profesionales del sector turístico andaluz.

Los segmentos emergentes y microproductos centraron una de las mesas de trabajo de la Conferencia Estratégica de Turismo celebrada la pasada semana en Torremolinos, en la que el sector aportó ochocientas propuestas para que Andalucía

sea el destino líder del sur de Europa.

En el turismo industrial se trabaja en sus dos vertientes, patrimonio industrial y procesos de fabricación, mientras que con el turismo científico se pretende acercar la ciencia a la ciudadanía mediante rutas de lugares vinculados a esta disciplina o a personajes científicos.

El turismo accesible es un segmento con una demanda cada vez mayor, al igual que el turismo ecológico, ante la sensibilización social hacia productos alimenticios sanos y la vuelta a formas de cultivos sostenibles.

En el caso del turismo pesquero, la tradición, la cultura popular y el medio natural juegan un importante papel y los municipios del litoral pueden encontrar «la forma de dar un nuevo enfoque a la cada vez más restringida actividad pesquera», según se señala en el documento de conclusiones del encuentro de Torremolinos.

Estrategia conjunta

Otro segmento con posibilidades es el fotográfico, un producto muy útil de cara a promocionar un destino y con un gran impacto gracias a las nuevas tecnologías, principalmente las redes sociales.

En cuanto al turismo de lujo, pese al concepto de elitismo que lleva implícito, se destaca que conlleva un alto grado de fidelidad al destino, así como un elevado gasto medio, y que obliga a determinados establecimientos a mejorar su oferta en busca de la excelencia y exclusividad.

Por lo general, los viajeros que se decantan por estos segmentos emergentes tienen una alta capacidad de gasto, son exigentes y poseen un elevado nivel intelectual.

Según el sector, uno de los retos para el fomento de estos segmentos es la creación de una estrategia conjunta de promoción y comercialización mediante fórmulas de colaboración público-privada, así como de marcas con gran potencialidad turística, y el impulso de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo.

LA CLAVE

OTRAS OPCIONES

Turismo especializado para grupos
El turismo cinematográfico, cicloturismo, turismo accesible, ecológico y especializado en colectivos (homosexuales, mujeres, sólo adultos, sin niños o bodas y lunas de miel) se suman a la relación diseñada por la Junta con apoyo de los profesionales.



Los mercados minoritarios dan alas a la Costa del Sol en el escenario internacional

Aportan pocos viajeros pero crecen a ritmo frenético y suman volúmenes que rompen ataduras con los tradicionales

PIJAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Muchos pocos hacen un mucho. Este dicho encaja a la perfección con lo que le está ocurriendo a la Costa del Sol en el escenario internacional. Este destino ha conseguido echar raíces en mercados minoritarios, que por sí solos aportan pocos viajeros, pero que crecen a ritmo frenético en los últimos años y que juntos suman volúmenes que permiten al sector romper con la dependencia de los países emisores tradicionales como el Reino Unido, Alemania o Francia. Solo una docena de mercados emergentes, con subidas de dos y tres dígitos en los nueve primeros meses del año en llegadas por el aeropuerto de Málaga, suman ya más turistas que el segundo y tercer emisores más importantes, Alemania y Francia. Además, estos doce países, de un total de 60, que contabiliza Aena, acumulan ya el 19% del total de llegadas internacionales, con 771.986 pasajeros.

Esta cifra viene aupada en la consolidación de la oferta del destino en los países Bajos, los del Este, los Nórdicos o Rusia, cuyo ritmo de crecimiento nada tiene que ver con el que mantienen los considerados tradicionales. Es más, año tras año y con subidas exponenciales, que ahora se estabilizan, Holanda, con 246.889 llegadas, ha conseguido



Un grupo de turistas nórdicos visita el Centro de Málaga. :: SUR

pisarle los talones al tercer mercado más importante, Francia, que suma 293.645 entradas por el aeropuerto malagueño.

Las administraciones y los empresarios comienzan a centrar sus objetivos de promoción en estos pequeños emisores que están dando alas a la Costa. Ejemplos de ellos la declara-

ción de Rusia como mercado prioritario o la reciente presentación de la división de Thomas Cook de su catálogo de verano 2013 en Málaga, con el consiguiente desembarco de casi 400 agentes de viajes que han conocido municipios como Torremolinos, Mijas o Antequera y que han descubierto nuevos atractivos para crecer

aún más en la provincia.

Los datos del Aeropuerto Español y Navegación Aérea, hablan por sí solos. Hasta el pasado mes de septiembre, por las terminales de Málaga-Costa del Sol habían llegado 961.528 viajeros españoles, con una caída del 5,3%, 3,7 millones de pasajeros procedente de la Unión Euro-

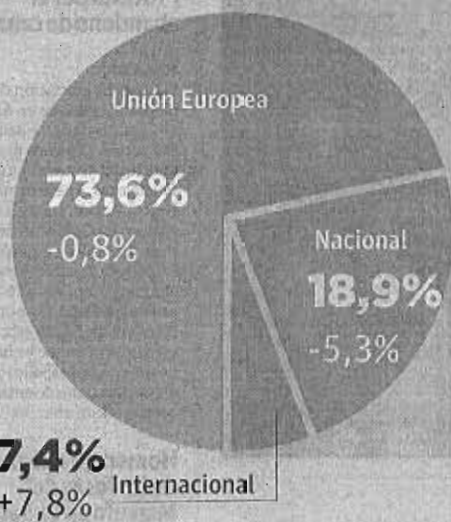
pea, con un leve retroceso del 0,8%, y un total de 376.532 turistas del resto del escenario internacional. Desgranando estas estadísticas sorprende que la suma de llegadas de una docena de países que registran los mayores crecimientos y que emiten un volumen considerable de turistas viene a representar ya un 43% de viajeros respecto al global de llegadas del mercado emisor principal para la Costa del Sol, que es el Reino Unido y que acumula hasta septiembre 1,7 millones de llegadas por el aeropuerto de Málaga.

Países Nórdicos

De este ramillete de países que están dando más de una alegría a la industria turística malagueña destacan la evolución de los países nórdicos. Sólo de Noruega, Suecia y Finlandia, con 373.692 pasajeros, han llegado más turistas que de Alemania hasta septiembre, que contabiliza 384.549. Con la salvedad, además, de que mientras las entradas de germanos tienen un saldo negativo del 12%, estos tres países nórdicos crecen a una media del 15%. A menor escala, pero con igual potencial, Rusia mantiene un crecimiento del 21,5% en entradas de viajeros por el aeropuerto hasta septiembre, sumando ya 37.460.

Como datos curiosos, que constatan la importancia de contar con vuelos directos a los destinos cabe reseñar la evolución de turistas turcos, que han aumentado un 82% hasta suponer ya 18.000 viajeros por la conexión de Turkish Airlines con Estambul. En esta misma línea es singular el crecimiento del 59% de viajeros procedentes de Hungría, un mercado que ha pasado de emitir

ENTRADA DE VIAJEROS



PERFIL DE LOS GRANDES EMISORES

Pernocitaciones de principales mercados

REINO UNIDO

50

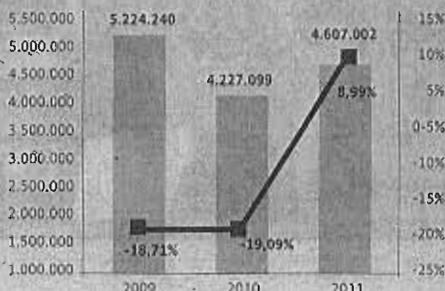
Es la edad media del viajero inglés que recala en la Costa.

Ciudades. Proceden en su mayoría de Londres, Manchester y Birmingham.

Presupuesto. El gasto es de 59,8 euros al día.

Organización. Uno de cada cinco británicos viaja con un paquete turístico.

Estancia. Permanece con unos 12,9 días.



ALEMANIA

52

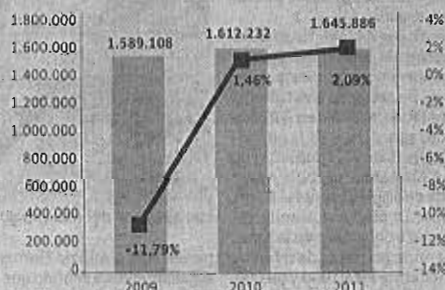
Es la edad media del turista alemán en la Costa.

Ciudades. Proceden en su mayoría de Berlín, Frankfurt y Múnich.

Presupuesto. Gastan 80,9 euros de media al día.

Organización. Uno de cada tres alemanes viaja a la Costa con paquete turístico.

Estancia. Permanecen 10,8 días.



FRANCIA

42

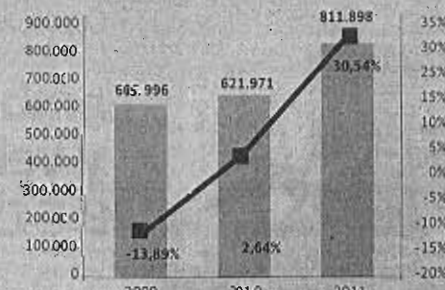
Es la edad media del francés que llega a la Costa.

Ciudades. Proceden en su mayoría de París, Burdeos, Marsella y Toulouse.

Presupuesto. Gastan 109,4 euros al día.

Organización. El 70% utiliza Internet para planificar y reservar el viaje.

Estancia. Permanecen una semana.



2.538 pasajeros en los nueve primeros meses del pasado año a contabilizar 17.653 en este mismo periodo del presente ejercicio.

Estos datos son más que fríos números estadísticos. Para los empresarios son cifras que traducen fácilmente en negocio por el volumen de viajeros que se alojan en sus establecimientos, que consumen en sus restaurantes o que compran en los comercios de la provincia. Son además indicadores claves de que el futuro pasa por diversificar la promoción y estar muy presentes en países que están más al margen de la crisis económica, que comienzan a despertar en este mundo del viajar o que descubren por primera vez la Costa del Sol, suponiendo un filón de turistas a los que fidelizar.

El presidente del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Elías Bendodo, apostó por comenzar a monitorizar estos mercados para seguir su evolución y contribuir con acciones a alentar su crecimiento. «Lo más llamativo es cómo algunos de ellos tienden a asentarse y consolidarse con cuotas nada despreciables», reseñó.

Diversificar

Bendodo recordó que la política de promoción de la Costa del Sol ha prevalido de forma tradicional a los mercados 'estrella' como el británico o alemán, pero advirtió de que la tendencia ahora es abrir las miras hacia nuevos mercados que puedan complementar el destino con nuevos viajeros, sin desatender en absoluto a las grandes cuotas.

«Desde el Patronato observamos esa tendencia con gran interés y estamos aplicando una política de diversificación que nos permita atender y satisfacer a viajeros con nuevos gustos y preferencias», declaró. El presidente del Patronato de Turismo aseguró que esta situación requiere un nuevo análisis de la Costa del Sol como destino. «Los datos demuestran que es mucho más complejo y versátil de lo que habíamos concebido en un principio», matizó. Bendodo insistió en que el avan-

ce de los mercados emergentes demuestra que este destino es capaz de atraer turistas de tantas procedencias y hacerlo, además, con cuotas de crecimiento sostenido. «Son señales claras de que vamos en la dirección correcta y de que el esfuerzo por promocionar el destino está dando sus frutos. Tenemos que seguir trabajando en los segmentos, continuar esforzándonos por enriquecer la oferta y proporcionar una experiencia plena. Estas cifras nos animan a hacerlo», afirmó.

Sin embargo, consideró que este nuevo escenario exige poner el acento en la necesidad de aumentar el esfuerzo en cuanto a la conectividad y puso como ejemplo de ello lo que ha supuesto Turquía con la operativa de Turkish Airlines. El presidente del Patronato planteó, también en otro aspecto a considerar es el de fidelizar a los nuevos turistas. «En esa dirección debemos trabajar unidos, administración y sector privado», señaló.

Por su parte, el consejero delegado de Turismo Andaluz, Francisco Artacho, coincidió en que la apuesta de futuro pasa por diversificar la promoción de los destinos andaluces en el escenario internacional. «Sin descuidar a los principales emisores, hay que ir consolidando la presencia en los emergentes que están en auge», afirmó.

En este sentido, el presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), José Carlos Escribano, destacó el papel que han jugado en la reactivación del turismo extranjero mercados como Holanda o los Países Bajos. Asimismo, destacó el empuje de Marruecos, que ya se deja sentir en el negocio hotelero.

El presidente del Consejo de Turismo de la CEA, Miguel Sánchez, hizo hincapié en que en el año de este mercado está la mejora y la conectividad con el aumento de vuelos directos. Así puso como ejemplo que la recuperación de los turistas nórdicos se ha producido de la mano de las rutas aéreas que se han abierto en los últimos años.



LA OLA
PILAR MARTÍNEZ

HAY
FUTURO

El factor psicológico juega un papel clave en la economía. Más allá de los demotadores indicadores de la prima de riesgo, el pensamiento negativo, que se ha instaurado al calor de la crisis, el desempleo o el freno del consumo, puede ser fatal. Como los problemas vienen solos es mejor pensar en positivo y ver el vaso medio lleno aferrándose a cualquier aspecto que genere optimismo. De lo contrario no quedará más remedio que echar la persiana y encerrarse en casa a lamentarse de por vida. Son reflexiones que se repiten estos días en los foros de ámbito turístico ante las malas previsiones que hay para el invierno y ante el lastre que supone la estacionalidad.

El sector se encuentra en este inicio de temporada baja ante una encrucijada. El delirio y el pesimismo ancestral o el de tirar para adelante con la vista puesta en mercados, hasta hace nada subestimados por el escaso flujo de viajeros, pero que crecen a ritmo de vértigo y que suman turistas. De eso se trata, de ampliar el negocio, de saltar nuevas fronteras y de asentarse como destino de calidad en países que se acaban de subir al campo de viajar. La Costa del Sol sabe mucho de esto. No le viene en grande la conquista de nuevos mercados, ni tampoco hay quien le supere en saber ganarse al cliente, haciéndole que repita una y otra vez.

Los datos del empuje que supone para este destino el crecimiento y la consolidación de nuevos mercados alientan esta ansia de optimismo y confirman que hay futuro para la industria turística malagueña. El aeropuerto de Málaga debe volver a jugar su papel dinamizador de la mano de su ampliación y conseguir dar el salto a continentes en los que hay un potencial del que la Costa no se está beneficiando por la falta de vuelos directos. Que nadie dude, que las conexiones punto a punto son la clave que determinará el éxito. En estos tiempos volar es incómodo. Los controles en los aeropuertos o el nuevo modelo de las aerolíneas en expansión ha eliminado el glamour que tenía viajar en avión en épocas anteriores. El reto de la Costa está en llegar a más aeropuertos.



En la gala de los XIII Premios Empresariales del Centro de Iniciativas Turísticas tuvo lugar una gran cena. :: JOSELE-LANZA

El representante del CIT pide medidas fiscales que incentiven la actividad económica

versiones no deberían verse recordadas, pese a la actual situación de crisis económica. «Si el turismo es la industria que mejor se ha comportado en esta época, resulta coherente que se invierta en promocionar los destinos, al objeto de obtener mayores réditos y, en consecuencia, más altos niveles de empleo y bienestar social», puntualizó.

Señalando a la falta de concesión de créditos a las pequeñas y medianas empresas, autónomos y familias como «el mayor problema» de la economía, el presidente del CIT pidió a las instituciones que pongan fin al impago de sus deudas. Esta situación, según expuso, ha provocado «buena parte» de los concursos de acreedores y liquidación de empresas que se han dado.

Entre los aplausos que acompañaron su discurso, el representante de los empresarios de Marbella calificó de «imprescindible» que se adopten medidas de política fiscal que incentiven la actividad económica, criticando el incremento del IVA para sectores como el del golf. «La subida impositiva reduce de manera drástica la competitividad del sector», aseveró.

La petición de lealtad a las instituciones, en la que González también transmitió la necesidad de poner a disposición del sector privado suelos supraurbanos para el desarrollo de proyectos, estuvo acompañada de constantes elogios a los empresarios de la localidad, ya que sus esfuerzos están consiguiendo que la economía de la ciudad «se mantenga viva y dinámica». Y es que, pese a la situación de crisis, ésta «comienza a mostrar síntomas de recuperación», según afirmó.

Los datos que acompañaron esta afirmación estaban cargados de positividad, al igual que el mensaje de apostar por la perseverancia y la tenacidad que González lanzó a los empresarios, asegurando que estos aspectos son «hoy más necesarios que nunca». Las palabras del presidente del CIT estuvieron seguidas del acto de entrega de los galardones a los premiados.

Entre aplausos, la baronesa Carmen Thyssen-Bornemisza, el presidente de Bancosol, Javier Peña; y el empresario y abogado marbellí Ricardo Sánchez Bocanegra recibieron sus distinciones. No faltaron los agradecimientos de los premiados, quienes no dudaron en elogiar el trabajo que se realiza desde el Centro de Iniciativas Turísticas.

Empresarios de Marbella piden lealtad institucional para generar riqueza

El presidente del Centro de Iniciativas Turísticas solicita a los miembros de la organización «perseverancia y tenacidad» en su labor

:: ÁLVARO FRÍAS

MARBELLA. La lealtad institucional es una herramienta clave para la creación de riqueza y de empleo. Así de rotundo se mostró ayer el presidente del Centro de Iniciativas Turísticas (CIT), Juan José González, durante el acto en el que la organización hizo entrega de los XIII Premios Empresariales. El clima de celebración del evento acompañó a sus palabras, que, sin embargo, fueron contundentes, con el objetivo de que las administraciones públicas tengan en consideración la importancia del papel que juegan de mano de los empresarios.

Por ello, González pidió a las instituciones una colaboración, que, según insistió, tiene que verse reflejada en hechos. El principal es la inversión. En este sentido, el presidente del CIT aprovechó para recordar que la marca Marbella es un referente internacional que identifica mundialmente el turismo de lujo y excelencia con la ciudad, «en definitiva, un caudal de riqueza que hay que aprovechar».

«Todo euro que se invierta si-



José Luis Romero recoge la distinción de manos de Juan José González. :: JOSELE-LANZA

guiendo esta filosofía vendrá multiplicado varias veces a nuestra tierra y contribuirá a consolidarnos como el gran destino turístico que somos», agregó, a la vez que exigió a las instituciones «una lógica y consecutiva» coordinación a la hora de promocionar la localidad en el exterior.

En este ámbito juegan un papel principal las partidas presupuestarias destinadas a la promoción turística. Según González, estas in-

Mención a Diario SUR por su 75 aniversario

En la gala de entrega de los XIII Premios Empresariales del Centro de Iniciativas Turísticas (CIT) de Marbella también se hizo entrega de una mención especial a Diario SUR por su 75 aniversario. El galardón

fue entregado por el presidente del organismo, Juan José González, al director general de Prensa Malagueña, José Luis Romero. Al recoger la placa, el representante de Diario SUR mostró su agradecimiento al Centro de Iniciativas Turísticas por conceder al medio de comunicación la distinción.

Emprendedores. El municipio de Rincón de la Victoria acoge hasta hoy la sexta edición de la Feria de Muestras Puerta de la Axarquía, contando con un total de 86 expositores de distintas firmas de la provincia, entre ellas alimentación, moda, electrodomésticos o viajes.

Fuerza empresarial en Rincón

► Este año el evento se celebró por primera vez en el pabellón cubierto del núcleo de Torre de Benagalbón

JUANJO ZAVAS RINCÓN DE LA VICTORIA

■ Una forma de promocionar los productos de la tierra y que los comercios puedan dar salida a sus ventas, sobre todo en estos tiempos de crisis económica. Con ese objetivo nació la Feria de Muestras Puerta de la Axarquía de Rincón de la Victoria, reuniendo a algunas empresas punteras en la provincia así como algunas que están iniciando su actividad, y que ven en este evento una gran oportunidad para darse a conocer.

Este año participan un total de 50 firmas que se repartieron en un total de 68 expositores, diez más que en la pasada edición. Una de las novedades más importantes ha sido el traslado del evento, al pabellón cubierto del núcleo de Torre de Benagalbón en vez de la carpa situada en la plaza de la Consistorial como en ediciones anteriores.

Y en este recinto se dieron cita una amplia variedad de comercios de toda la provincia y de distintos sectores como la alimentación, artesanía, moda, electrodomésticos, viajes u ofertas de ocio; siendo las ofertas de degustaciones algunos de los stands a los asistentes las estrellas, como los quesos, las chacinas o los dulces artesanales. Además, durante estos días se ha habilitado un autobús gratuito que circula por distintos puntos del municipio para facilitar a los vecinos el desplazamiento al complejo deportivo.

«Es la primera vez que participamos en la Feria de Muestras, y la verdad que la experiencia va bien, sobre todo para darnos a conocer», comentaba Eva Granero,



El evento cuenta con 68 expositores de distintos comercios. J. ZAVAS

El Ayuntamiento de Rincón contó también con stands propios para la promoción de la Cueva del Tesoro

Han participado 50 firmas que se repartieron en un total de 68 expositores, diez más que en la pasada edición

que regenta en el municipio rinconero una tetería llamada 'Eva-dete Tetería': «Llevamos aproximadamente unos tres meses abiertos, así que hemos visto que es una oportunidad contar con un stand aquí, donde se pueden probar las variedades de té, así como

tartas y magdalenas que también preparamos nosotros», apuntaba.

Desde Cuevas de San Marcos

También esta es la primera edición en la que participa Rosario Ginés, con su establecimiento 'Pastelería Casera Rosario'. «Nosotros estamos en Cuevas de San Marcos, y sobre todo lo que ofrecemos son productos naturales y que están elaborados de forma artesanal».

En sus bandejas se contemplan algunas dulces delicias que muchos visitantes no pueden resistirse a probar: «Los que más están gustando son los roscos sosos y el pan de cortijo, este último es

un dulce muy antiguo que está hecho con almendras y huevo», señalaba Ginés.

También algunos repiten en cada edición de la Feria. Ese es el caso de 'Ibéricos Hermanos López', que se encuentra ubicado en el municipio axárquico de Colmenar: «Nosotros participamos aquí desde el primer año, así que ya son seis los que estamos viniendo», comentaba David López. Precisamente la situación económica de las familias se está notando en las ventas. «La verdad que estos días se está viendo menos gente que otros años».

También los expositores de moda centran la atención de los visitantes, como 'Tiraloka', que se

ubica en la capital malagueña. «Sobre todo las bufandas, de colores llamativos y que están hechas a mano, es lo que más está llamando la atención de la gente», apuntaba Jesús Ruiz; que ofertaban también pulseras, anillos, collares y una amplia variedad de complementos.

Y sobre todo son los visitantes los que también aprovechan para degustar algunos productos o incluso mirar algunas compras navideñas. «El año pasado por ejemplo compré aquí algunos dulces para la bandeja que ponemos en Nochebuena», comentaba Ana Belén Labao. «Vengo casi todos los años, y siempre encuentro algún regalo para la familia», decía Aurora Marín.

Otros de los servicios que ofrece la VI Feria de Muestras es la ludoteca con animación y actividades infantiles para los más pequeños, desfiles de moda y servicio de restauración y talleres de idiomas. La jornada de hoy estará dedicada para los más pequeños, con la actuación 'Las Aventuras de Peneque El Valiente' y se ofertará una degustación gratuita de paella.

Cueva del Tesoro

El Consistorio rinconero además estuvo presente en la edición de este año con dos expositores que dieron a conocer a los ciudadanos la actividad municipal y promoción de la Cueva del Tesoro. Asimismo se realizaron talleres de tito con arco, cerámica neolítica y pintura rupestre para que también los niños conozcan la gruta marina. Por parte de la Asociación de Comerciantes de Rincón de la Victoria organizaron en esta sexta edición el sorteo de un cheque diario de 500 euros que puede canjearse en los establecimientos participantes durante 60 días.

El traslado de la feria hasta el pabellón ha supuesto en la organización un ahorro de cerca de 40.000 euros. Además, en esta edición se ha reducido por parte del Ayuntamiento el coste de cada expositor, pasando de los 300 euros de 2011 a los 150 de esta anualidad.

Opinión

A dos bandas


**ADELAIDA
DE LA CALLE**

 Rectora de la
Universidad

**JERÓNIMO
PÉREZ CASERO**

 Presidente de la
Cámara de Comercio


El futuro de la Universidad

● Sostiene que las instituciones docentes no son el problema sino parte de la solución

Las universidades atraviesan un momento delicado debido a la política de recortes, al igual que otros servicios públicos; pero además, están sometidas a un ataque frontal que pone en entredicho su buena reputación, esa que con tanto esfuerzo nos hemos labrado, partiendo de cotas muy bajas, mediante la formación superior de nuestros jóvenes y gracias a una pujante y competitiva investigación. Pero créanme, las universidades no somos el problema y sí parte de la solución, porque la mejor política social y económica es invertir en educación. No es el momento de sacrificar el conocimiento en el altar de los mercados. Es la oportunidad de mejorar nuestros servicios para ayudar al desarrollo económico. Así lo han entendido algunas empresas de contrastada solvencia internacional, como el Banco de Santander, que ven esa realidad y están duplicando su inversión dirigida a las universidades y a sus estudiantes, apostando para que investiguen, innoven y transfieran su conocimiento a las empresas. Y actúan de esta forma, a pesar de la crisis, porque son conscientes de cuánto podemos aportar.

Las universidades entendemos que, incluso a costa de detener el progreso o, mejor dicho, de retroceder a escenarios de hace una década, debemos aceptar determinadas medidas restrictivas, como lo hemos hecho en multitud de ocasiones. Pero no a costa de perder todo lo ganado. Que quede claro que la Universidad no se opone a los cambios, sino que se rebela contra las formas. Es muy difícil entender cómo se nos puede considerar "ineficientes" a la hora de aprovechar adecuadamente los recursos, o someternos a un constante acoso comparativo a causa de nuestro posicionamiento en los ránquines internacionales, cuando es de sobra conocido que competimos desde una posición económica enormemente desventajosa.

Hay quien dice que en nuestro país sobran universidades, en especial públicas. Sin embargo, los datos son incontestables: en Finlandia, cuyo modelo educativo despierta tanta admiración, el número de universidades públicas por cada millón de habitantes se eleva a tres; en España, la ratio es de 1,03, y junto a Italia, ocupamos el furgón de cola de la UE-15. Si se compara a las universidades españolas con aquellas que se encuentran en el mismo intervalo del ranking de Shanghái -el más conocido baremo de calidad-, se obtiene que nuestro presupuesto por alumno es un 30% inferior; y pese a ello, obtenemos resultados similares. Sucede que los españoles somos enormemente eficientes con pocos recursos: solo así se explica que España ocupe el noveno lugar del mundo en producción

científica. Y en relación con los recursos públicos, el coste por estudiante universitario en España es aproximadamente la mitad que el de países como Francia, Holanda o Finlandia.

La conclusión es que, con menos inversión en educación y en investigación, logramos situarnos por encima de la media universitaria mundial. Y además, nuestros estudiantes adquieren una formación perfectamente equiparable al estándar europeo,



Las universidades, además de la política de recortes, sufren un ataque frontal que pone en entredicho su buena reputación

como tristemente demuestra el hecho de que la mano de obra cualificada que procede de universidades españolas se esté insertando en el tejido económico de otros países. Las últimas noticias no dibujan un panorama prometedor: los recortes previstos por los Presupuestos Generales del Estado para 2013, que es posible rondan el 18% en educación superior y el 80% en el capítulo no financiero de I+D+i, pueden suponer un deterioro irreparable del sistema, que dé lugar a una generación de jóvenes menos formada. Aun así, les puedo garantizar que, desde el primero al último de los miembros de la Universidad de Málaga -que ahora cumple 40 años-, seguiremos luchando con los recursos que nos dejen para darle a nuestros jóvenes el mejor futuro posible.

El valor de los colores y pronunciamientos

● Defiende el papel de las Cámaras al servicio de las empresas y de la economía en general

Defiendo que todo, todo, tiene su importancia. Y yo lo creo. Unas veces más y otras menos. En unas ocasiones, en positivo; en otras, en negativo. Pero todo, todo, tiene su importancia. La que le demos y la que realmente se consustancia a ello. Acaba de celebrarse una asamblea más, a nivel nacional, de las Cámaras de Comercio. La gran confluencia ha tenido lugar en Madrid. En esta ocasión, volvía a ser el lugar más apropiado para ello. La asistencia de representaciones de las ochenta y más Cámaras, excelente. Hay inquietud, problemas y esperanza, mucha esperanza. Algunas están al borde de lo imposible para mantenerse, para subsistir día tras día, y todas afrontando un presente muy difícil para la economía en general como, en particular, para cada una de ellas.

El trallazo que se les dio con deshacerlas, de buenas a primeras y sin el menor aviso, con toda alevosía, sin el menor plazo real de transición de su modo de financiación, fue un verdadero bajonazo. Los dos años que ya han transcurrido de ello han puesto de manifiesto que, a pesar de la grave herida, aguantan, enfrentan la dura estocada y hasta toman nuevo brío. Miren hasta qué punto. Con esta convocatoria nacional, conmemorando sus 125 años de historia, han dejado muy claro y bastante alto, que están aquí. Que una historia de esta envergadura y trayectoria no se puede tirar por la borda de la noche a la mañana. Que saben que son, en lo económico y empresarial, muy malos tiempos, pero que, entre todos, hay que resurgir de aquí y que ellas, precisamente ellas, siglo y cuarto en la brecha, con mayor o menor eficacia, con aciertos y equivocaciones, siempre han estado al pie del cañón, tanto en la defensa como en la consecución de nuevas posibilidades para los empresarios y para la economía en toda su dimensión. ¿Se ha logrado ello? ¿Lo están logrando ahora? Puede que unas veces no, pero en muchas, sí. Rotundamente, sí. ¿Han de mejorar? Por supuesto que sí, sin acudir a la excusa, por cierto real, de que todo es siempre mejorable.

Las Cámaras han cumplido. Y lo que es más importante, piensan seguir cumpliendo. Han tomado nota de lo que pueden y tienen que hacer para servir mejor a las empresas y a la economía en general. Aquí está el valor al que me refería de colores y pronunciamientos y de pronunciamientos y colores. Lo que he observa-

do en esta asamblea es que han sabido utilizar su buen pasado para no olvidarse de que ha de llegar al futuro caminando por este presente con los pies en el suelo.

Sólo con cambiar de color una letra en su logotipo Cámaras, pasando una c de color rojo a gualda, recogiendo así los colores de la bandera española, se ha dejado bien claro cual va a ser nuestra forma de actuar en razón a los fines que se persiguen. Esforzarnos y trabajar, dentro de



A pesar de la grave herida, aguantan, enfrentan la dura estocada y hasta toman impulso para un nuevo brío

una unidad y objetivos comunes, a nivel de todas las comunidades y demarcaciones camarales. Buscando el interés general y, con ello, el de toda la economía española. Por lo tanto, el de todos los empresarios y empresas. No se olvide que el resto del logotipo sigue siendo de color rojo.

Y el enorme valor del pronunciamiento viene dado cuando alguien, sabiendo de esa labor de tantos años, observando personalmente el bien hacer de estos dos últimos y, sobre todo, comprendiendo que estas pueden convertirse en parte de la solución, dice, como broche y clausura de la asamblea, en nombre del Gobierno de la Nación: "España no puede permitirse el lujo de prescindir de las Cámaras de Comercio". Ahora, por el bien general, a cumplir todos.

El recorte que nos faltaba



Federico Muela Velasco

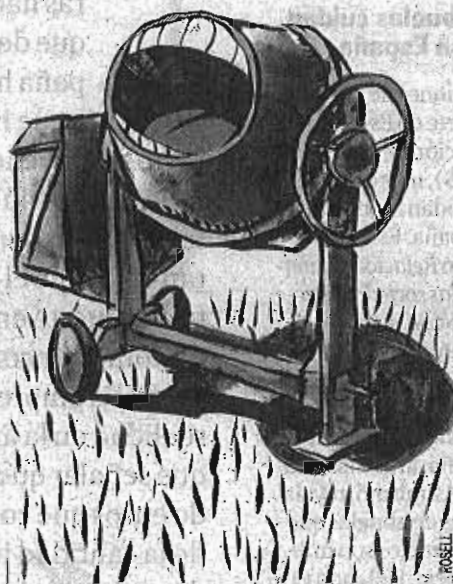
Presidente de Fadeco

EN situaciones de hambruna generalizada, el objetivo consiste en lograr, y en lo posible asegurar, la supervivencia de los afectados, sin atender a una alimentación equilibrada, a la disminución del colesterol o a controlar la diabetes. Con ser muy importante la salud de las personas, lo urgente e inaplazable es evitar la muerte por inanición, lo que resulta más ardua tarea cuando escasean alimentos y medios materiales para la atención.

La crisis que viene devastando a España desde hace varios años, muy acusada en Andalucía, se está ensañando con el empleo y además mina cualquier iniciativa que impulse, aunque sea tímidamente, la actividad económica. En este contexto desolador en el que las empresas que aún no han echado el cierre intentan como pueden mantenerse a flote, la Junta de Andalucía no solamente no pone medios de auxilio, sino que impide que los afectados se aferren a los salvavidas para no ahogarse.

El Decreto-ley 5/2012, de 27 de noviembre, de medidas urgentes en materia urbanística y para la protección del litoral de Andalucía, que el Ejecutivo autonómico acaba de aprobar, por sorpresa, sin consulta ni comunicación previa alguna, frena toda iniciativa de actividad en curso o en ciernes que podría aliviar mínimamente el gravísimo, si no agonizante, estado del sector de la construcción en nuestra comunidad, el cual ha sido desde hace decenios principalísimo motor de actividad económica y creación de empleo. Pero la Administración regional, no contenta con los ingentes, continuados y crecientes incumplimientos de sus obligaciones y compromisos con el sector (Plan Ola, Plan de Vivienda, impagos de certificaciones de obras...) que lo asfixian, ha decidido acortar su agonia, impidiendo el inicio o prosecución de las pocas actuaciones inmobiliarias ejecutables conforme a la legalidad en los municipios costeros.

Poco importa si con esta decisión entran



en liquidación empresas y se eliminan puestos de trabajo; lo relevante es dar satisfacción a no se sabe qué o quiénes, y efectuar una demostración de poder y resistencia frente a resoluciones de otras administraciones, como la del Estado, por cierto principal competente en materia de costas. La desatención a las administraciones locales, a sus compromisos, intereses y aspiraciones, no puede siquiera considerarse una preterición u olvido más o menos culposo, ya que constituye una práctica ampliamente consolidada a lo largo de lustros sea cual sea el signo político del consistorio.

Para ello se invoca una urgente necesidad que, por desgracia, nunca puede ser tal en un momento de recesión e inactividad, y se crea una figura —la denominada protección del Corredor Litoral— sin precedente ni encaje en la normativa actual, especialmente en la Ley de Costas, que comporta una serie de modificaciones legislativas en cadena, forzadamente y sin un estudio previo conjunto y detenido.

El urbanismo y, más aún, la ordenación del territorio, materias imbricadas y de enorme trascendencia económica y social en las que confluyen las más diversas competencias, se han convertido no en un asunto merecedor de la participación de todos, administraciones y ciudadanos, digno de la adopción de medidas objetivas que mejoren la calidad de vida de los habitantes y que atienda al interés general, a lo que solamente habría de orientarse, sino en un campo en el que desplegar potentes instrumentos reglamentarios capaces de impulsar proyectos dinamizadores, pero también, en muchas ocasiones, cercenar legítimos propósitos o doblegar planificaciones y diseños del adversario apelando a los más variados motivos o a supuestos valores prevalentes.

Estos últimos son escalafonalmente permanentes, *ma non troppo*, de lo que es exponente el Decreto 2/2012, de 10 de enero, por el que se produjo una regularización muy generalizada de edificaciones y asentamientos en suelo no urbanizable en Andalucía, y en el que los valores medioambientales pasaban a un segundo nivel. Ahora se nos dice lo contrario.

Pero lo verdaderamente relevante y lacera para la mortecina actividad económica andaluza estriba en que, en ese juego de poder y lucha política, las víctimas inmediatas van a ser otras, empresas, trabajadores, ciudadanos de a pie, municipios costeros sin desarrollo, ayuntamientos al borde de la quiebra..., por el momento, pues en plazo no muy largo el perjuicio no tendrá coto.

Tiempo habrá para —sin duda— censurar más concretamente las determinaciones de la nueva normativa y, en su caso, ejercitar los instrumentos legales que pudieran utilizarse frente a su aplicación, pero, superando la primera sensación de estupor e incredulidad, es momento ahora para denunciar por vía de urgencia —aquí sí— la decisión política de la Administración autonómica de Andalucía que, en lugar de efectuar transfusiones al enfermo (pagos debidos) y torniquetes para impedir las hemorragias (pérdida de puestos de trabajo y cierre de empresas), opta por aplicar lazos estrangulantes a su garganta.

GASTRONOMÍA
«LA COCINA ES CULTURA», SOSTIENE JOSÉ CARLOS GARCÍA, QUE RECUPERA SU ESTRELLA MICHELIN P57



EGM
SUR GANA LECTORES Y MANTIENE AÚN MÁS SU LIDERAZGO ABSOLUTO EN MÁLAGA P58



Los gestores culturales reunidos en el Muelle Uno del puerto de Málaga. ALVARO CARRERA

SAVIA NUEVA EN LA GESTIÓN CULTURAL EN MÁLAGA

Una generación de jóvenes promotores pide paso con la imaginación e Internet como armas frente a la incertidumbre económica



ANTONIO JAVIER LÓPEZ

@lopez@diariosur.es

Puede que para trazar el retrato de una colectividad múltiple y diversa baste con fijarse en uno de sus componentes. Una chica menuda, en este caso, de aspecto delicado y tímida en los primeros momentos que, sin embargo, también es capaz de defenderse sin ayuda de nadie, de mostrar su fuerza cuando la situación lo requiere y de alzar la voz, incluso dar un puñetazo en la mesa si el asunto pasa a mayores. Ella se llama Mar Rubio, es historiadora, metida a empresaria en Cultopía, una firma pequeña, imaginativa y pujante. Como ella misma. Como la mayoría de las iniciativas que empiezan a brotar en Málaga de la mano de una nueva generación de gestores culturales. ➤



Plan de Gira

Citas como Primavera Sound y Monkey Week ya conocen esta herramienta web que gestiona la gira de una banda de música, desde el contacto con las salas hasta el transporte del material.

El equipo está formado por Javier Moral, José Luis Fernández, Alejandro Gómez, María Godoy y Antonio Jerez.

Contacto en la web www.plandegira.com y en @plandegira.



Cultopía

Mar Rubio es la impulsora de esta firma dedicada a la organización de circuitos por lugares de interés histórico y artístico.

Ha recibido reconocimientos como el Premio Spin-Off 2011 de la Universidad de Málaga y además cuenta con el apoyo del Proyecto Lunar.

Más información sobre sus propuestas en la web www.cultopia.es y en Twitter @Cultopía.es.



Alma Gestión Cultural

Exposiciones, recitales, presentaciones de libros... Alma pone en marcha diversas iniciativas desde su nacimiento hace un par de años.

Los 'conciertos mínimos' en el Hotel Vinciposada del Ráfol han traído a bandas como Havalina o Bigott.

En femenino, Mónica López, Alicia Gutiérrez y Laura Rueda dan vida a esta joven empresa (www.almagc.com).



Malaparte Producciones

Alberto Jiménez, también director de documentales, promueve una empresa dedicada a la organización de actividades musicales y escénicas.

La Cripta ha sido uno de sus proyectos más destacados. Nacida en los bajos del Instituto Gona Vloja ahora por distintos espacios.

Más información en <http://es-es.facebook.com/pages/Malaparte-Producciones>

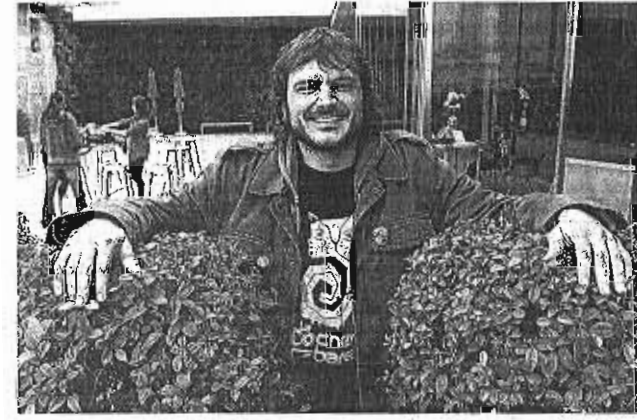


Asoc. Gestores Culturales

Jaime Cruz es el coordinador en Málaga de la Asociación de Gestores Culturales de Andalucía.

La formación, el asesoramiento y la defensa de los intereses del sector están entre sus principales líneas de actuación.

Más información sobre los servicios del colectivo en la dirección de Internet www.gecaandalucia.org.



La Cochera Cabaret

Nacida como una pequeña sala en el Centro Histórico de Málaga hace cinco años, el 16 de junio inauguraba un nuevo espacio polivalente en Los Guindos con aforo para 200 personas.

El actor Salva Reina es el alma máter de La Cochera Cabaret.

Sus propuestas pueden consultarse en www.lacocheracabaret.com y, en Twitter, @lacocheracabare.

EL SECTOR, EN DATOS

20%

de los autónomos registrados en Andalucía en el ámbito de las actividades artísticas están censados en Málaga, según el informe 'El sector de las industrias culturales de Málaga en el contexto andaluz y sus perspectivas de futuro' de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM).

9.262

personas en Málaga están afiliadas en la Seguridad Social en el sector Actividades Artísticas, Recreativas y de Entretenimiento.

25,6%

de las empresas malagueñas del sector cultural tiene entre tres y cinco empleados.

73,84%

de las contrataciones en el sector cultural se realizan a profesionales de entre 25 y 44 años.

sólo encontramos obstáculos. La subida del IVA ha sido el último revés. Yo quiero poner un precio bajo para la entrada, pero también tengo que mantenerme», critica Mar Rubio. Junto a ella, Jaime Cruz, coordinador provincial de la Asociación de Gestores Culturales de Andalucía, sentencia: «No queremos dinero, sino facilidades. Si no nos ayudan, al menos que no entorpezcan nuestro trabajo».

Se buscan espacios

En esa tesitura, Marta Tabernero, impulsora de Mecenas 2.0, aboga por «otras vías de colaboración». Y añade: «A menudo no se tiene en cuenta qué necesidades tenemos. Muchas veces no se trata tanto de dinero como de la necesidad de espacios donde desarrollar las iniciativas», esgrime la promotora de esta plataforma de lanzamiento de arte emergente que pretende abrir «nuevos espacios 'on' y 'off line'» para dar visibilidad a los creadores.

Y aquí llega uno de los principales aliados de estos gestores culturales: Internet y las redes sociales. «Estas aplicaciones permiten establecer una comunicación muy directa con el público y al mismo tiempo muy sencilla. Desde que empezamos con el festival, cada vez invertimos menos en carcelena y más en este tipo de difusión», explica Sergio Moreno.

En otros casos, la web representa la espina dorsal del proyecto. Sucede, por ejemplo, con Great Oh! (www.thegreatoh.com), una plataforma virtual creada hace sólo unos meses por Hadaly Villasclaras

y Alejandro Robies que trabaja para dar visibilidad al trabajo de los creadores. «Huimos del circuito convencional para llegar a la calle, al público, de una forma más directa», ilustra Villasclaras en relación a un proyecto a caballo entre Málaga y Granada que ofrece los trabajos de artistas establecidos en la provincia como Beatriz Ros, Emmanuel Lafont, Lai Zaragoza o Jacobo Labella.

También en la web se desenvuelve Pechá de Arte (www.pechadearte.com), nacida el pasado verano también con la intención de servir de pasarela entre los creadores y el público. «Para nosotros resulta muy estimulante poner en marcha una industria que aún está por hacer», apostilla Francesca Rojas, de Pechá de Arte. Algo con lo que no está muy de acuerdo Alberto Jiménez: «Creo que si existe una industria cultural en Málaga, lo que ocurre es que debemos encontrar un modelo de negocio que nos permita funcionar como una empresa más».

De la pantalla a la realidad

Un asesoramiento que algunos han ido aprendiendo de forma autodidacta. Otros, como Mar Rubio o Javier Moral, de Plan de Gira, han sumado a ese auto aprendizaje el paso por el Proyecto Lunar, promovido por la Junta de Andalucía. «Supone una ayuda muy interesante a la hora de establecer contactos y de dar forma a una idea que tienes en la cabeza», ofrece Javier Moral, de Plan de Gira, una herramienta web que permite a cualquier grupo organizar sus actuaciones de forma profesional, desde el contacto con las salas, hasta el alquiler de equipos o la organización de los transportes. Todo a un 'clic' de distancia. Una propuesta que ya cuenta con más de 600 salas y 472 bandas registradas y que se han presentado en eventos como el Primavera Sound o el Monkey Week.

También sube como la espuma la propuesta del Espacio Cienfuegos, un colectivo que en apenas un par de meses se ha abierto un hueco en la escena local. Concebido como taller de creación para sus seis componentes, Cienfuegos ha promovido iniciativas como 'Las Solas', un 'happening poético' que el pasado día 10 reunió a más de un centenar de personas en su sede abierta junto a la plaza de la Merced. «Para el mes que viene estamos organizando un festival con actividades en la calle», avanza Cristian Alcaraz, uno de los componentes de Cienfuegos.

Ellos, como el resto de los nuevos gestores que han revitalizado la oferta cultural de la ciudad, decidieron un día invertir su tiempo, su esfuerzo y su dinero en salir en busca de su futuro. A todos les valdría como banda sonora aquella canción de Standstill: «Me voy a inventar un plan / para escapar hacia adelante...». No en vano, el teina se titula 'Adelante Bonaparte'. Otro loco. Otro incomprendido.

LA TRIBUNA

Tomen nota

PEDRO MUÑOZ LUQUE
DECANO DEL COLEGIO DE INGENIEROS TÉCNICOS
DE OBRAS PÚBLICAS DE ANDALUCÍA ORIENTAL

No podemos esperar a que el Gobierno, en un futuro mediano, vuelva a licitar grandes obras, pero sí podemos pedirle que dibuje en el horizonte un plan de viabilidad en el que se vislumbre cómo reflotar el sector



En los dos últimos años la actual crisis económica es noticia principal de todos los medios de comunicación española. Escuchamos y leemos datos sobre la situación financiera de nuestro país, la cuantía de la deuda del Estado, el déficit de las autonomías, la prima de riesgo, los recortes en todos los sectores: sanidad, educación, obra pública...; sector éste último que nos afecta directamente a los profesionales de la ingeniería civil.

Nuestro colectivo, el de los ingenieros técnicos de obras públicas, que trabajan en muy variados ámbitos de actuación de la ingeniería civil —infraestructuras del transporte, ingeniería sanitaria, abastecimientos, urbanización del territorio, túneles, redes de metro, puertos...— viene sufriendo desde hace casi un quinquenio el declinar de su actividad tanto por falta de iniciativas institucionales como privadas. Pero, si no se invierte en construcción, motor de la economía en las últimas décadas, no se podrá arrancar y superar el trauma de la tan escuchada 'crisis económica'.

Y, de la crisis institucional, pasamos a la crisis personal de los profesionales integrados en nuestros colegios. Hemos visto que las administraciones públicas y las grandes empresas que subcontratan a autónomos y a pymes les pagan tarde, mal o nunca, la palabra mágica 'empresario', no sirve de mucho.

Pero no es tiempo de lamentos. Los Colegios del sector de la construcción no podemos esperar a que el Gobierno, en un futuro mediano, vuelva a licitar grandes obras, pero sí podemos pedirle que dibuje en el horizonte un plan de viabilidad en el que se vislumbre cómo reflotar el sector de la construcción.

Solo con recortes y con austeridad no se puede conseguir que la economía de este país vuelva a ser productiva. Para empezar, las administraciones públicas deberían realizar el pago a proveedores respetando los plazos. También debería comenzar a fluir el crédito —público y privado—; a ver si va a resultar que la banca consigue liquidez pero no abre el grifo de los préstamos. Y, sin lugar a dudas, no se debe dejar de invertir en conservación y explotación de las infraestructuras actuales. Los ingenieros sabemos que reparar, cuesta muchísimo más que conservar.

Mientras, como telón de fondo, tenemos a una Unión Europea de la que formamos parte, pero de la que también dependemos. Necesitamos de sus respuestas y de su apoyo económico para empezar

a dinamizar nuestras actividades, sin que ello suponga una gran carga presupuestaria. Pensemos que toda inversión de relevancia requiere estudios previos, proyectos, estadísticas, análisis, etc., que más tarde servirán para llevar a cabo costosas obras. Tengamos en cuenta que todos esos estudios previos son, en cuanto a coste, como el papel y lápiz en comparación con el edificio terminado, el túnel abierto al tráfico o la nueva autopista por inaugurar.

¿En cuántas ciudades no se necesitan aforos de tráfico para vertebrar la red viaria del futuro? ¿Cuántas redes de saneamiento y depuradoras de tantas ciudades no están pendientes de un estudio a fondo de cara a su ampliación y mejora? ¿Cuántos kilómetros de carreteras de segundo orden no están pendientes de una mejora de su trazado para eliminar curvas y mejorar su anchura? ¿Hemos hecho estudios de viabilidad a fin de evitar que redes eléctricas, de telefonía o datos vayan aéreas en lugar de bajo las aceras? ¿Se han hecho estudios de la posible saturación de señales de radiofrecuencia en aglomeraciones urbanas y su incidencia en numerosas interferencias?

Todo este conjunto de estudios son los precisos para que, el día en que la economía lo permita, se puedan llevar a cabo dichas obras. Estudios que son llevados a cabo por ingenieros y por empresas consultoras de ingeniería. ¿Y cuál es su coste? ¿Un cinco o un diez por ciento del valor de realización material de las infraestructuras citadas?

No parece verosímil que en las circunstancias de crisis actual no puedan llevarse a cabo actividades como las citadas —en la medida de lo presupuestariamente posible—; y ello porque a nivel de infraestructuras civiles e industriales, tanto entre las instituciones públicas como entre los particulares, se admite que la realización de las mismas pueda comportar de un incremento de hasta el diez por ciento. Pero, tal vez, si se han realizado estudios con antelación, se podrá rebajar ese porcentaje.

Ya lo dijo un columnista de esta ciudad: un grano no hace granero pero ayuda a su compañero. No podemos permanecer pasivos viendo desfilar cifras al alza de la prima de riesgo. No es el momento de inaugurar puentes que rompan el récord nacional de luz libre, pero sí el de hacer prospecciones del futuro mediano que comporten actividades de bajo coste.

Para llevar a cabo toda actividad humana de cierta envergadura, hay que tomar papel, lápiz y energía cerebral: comencemos por lo más barato, que lo caro vendrá después.



Los comercios abrirán todos los domingos a partir del 16

Todas las tiendas permanecerán abiertas el próximo sábado, fiesta de la Inmaculada, pero no el jueves, día de la Constitución

Ello no afecta al pequeño comercio, que tiene libertad horaria y podrá vender casi todos los días... siempre y cuando le cuadren los números. La presidenta de la asociación de comerciantes del Centro Histórico, Trinidad Fernández-

Baca, explica que las tiendas de este entorno no abrirán por sistema durante el próximo puente, sino que cada empresario hará lo que crea conveniente, en perspectiva de su negocio: «Hoy por hoy no salen las cuentas, no es cierto que el consu-

midor demande que abramos los festivos. Hicimos el experimento el año anterior y no funcionó», aclara. A partir del domingo 16 en adelante si es previsible que el Centro esté casi a pleno rendimiento todos los festivos.

De manera que durante este largo fin de semana el foco comercial se trasladará a los tradicionales puestos del Parque de Málaga; así como al Rastrillo de Nuevo Futuro y el encuentro Hispa-Maroc (ambos se celebran en el Palacio de Ferias de la capital) y a los comercios de los pueblos.

CALENDARIO

► **Festivos en los que todos los comercios están autorizados a abrir:** Sábado, 8 de diciembre; domingo, 16 de diciembre; domingo, 23 de diciembre; domingo, 30 de diciembre;

► **Festivos no autorizados a abrir:** Jueves, 6 de diciembre; domingo, 9 de diciembre; martes, 25 de diciembre; martes, 1 de enero, y, finalmente, domingo, 6 de enero.

■ I. LILLO

MÁLAGA. El calendario durante el cual las grandes superficies tendrán autorizada la apertura a lo largo de este mes comprenderá todos los domingos a partir del próximo 16. Esto es, los comercios que lo deseen podrán trabajar, además del mencionado, los días 23 y 30 de diciembre, según los datos recabados de la Orden de la Junta de 4 de noviembre de 2011, por la que se establece el calendario de domingos y festivos en que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público durante el presente año. Además, el Gobierno andaluz también autoriza la actividad el próximo sábado, 8 (fiesta de la Inmaculada Concepción).

En cambio, los centros comerciales y las tiendas de mayor tamaño deberán cerrar de forma obligatoria: el jueves, 6 (día de la Constitución); el domingo, 9; el día de Navidad; el primero de enero y el día de Reyes.

El Plan de Pago a Proveedores, Premio Impulso al Autónomo

El galardón, concedido por la Asociación de Trabajadores Autónomos y Grupo Joly, será recogido por el ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, Cristóbal Montoro



Los miembros del jurado: Alejandro Martín, jefe de Economía de 'Diario de Sevilla'; David Fernández, director de 'Diario de Jerez'; Celia Ferrero, vicepresidenta ejecutiva de ATA; y Francisco de Palacio, vicepresidente de Relaciones Institucionales de ATA.

R. E. / SEVILLA

El jurado del Premio Impulso al Autónomo, reunido el pasado 26 de noviembre, acordó por unanimidad galardonar al Plan de Pago a Proveedores, medida tomada por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas con el objetivo de que tanto entidades locales como comunidades autónomas pudieran satisfacer sus facturas sin abonar, algunas de ellas pendientes

26.981

MILLONES DE EUROS

Es el importe total transferido por el Estado para abonar facturas de ayuntamientos y comunidades autónomas

desde hace veinte años. El reconocimiento, concedido por la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA) y Grupo Joly, será recogido por el ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, Cristóbal Montoro.

El impacto positivo de esta iniciativa, calificada de auténtico plan de rescate para los autónomos, fue valorado por el jurado, presidido por Francisco de Palacio, vicepresidente de Relaciones Institucionales de ATA, e in-

tegrado por Celia Ferrero, vicepresidenta ejecutiva de ATA; Alejandro Martín, jefe de Economía de *Diario de Sevilla*, y David Fernández, director de *Diario de Jerez*, que actuó de secretario.

El problema de la morosidad en España es el causante de la muerte de uno de cada cuatro negocios que han cerrado en España durante la crisis. Precisamente han sido las administraciones públicas las principales responsables. Para atajar este drama, el Ministerio de Hacienda articuló en abril el llamado Plan de Pago a Proveedores.

La primera fase se llevó a la práctica el 30 y el 31 de mayo, jornadas en las que el Estado transfirió 9.263 millones de euros a 106.283 proveedores de administraciones locales para pagar 1.715.121 facturas atrasadas. Además, otros 29.108 proveedores se repartieron en junio 17.718 millones de euros más por cerca de 3,7 millones de facturas sin abonar de las comunidades autónomas.

Del primer tramo, cerca de 2.676 millones de euros se destinaron para pagar a 29.597 proveedores de ayuntamientos andaluces. A esta cantidad, hay que sumar otros 2.699 millones de euros que se destinaron a pagar 744.592 facturas pendientes de la Junta de Andalucía: En general, el importe medio de ca-

CANDIDATURAS

Plan de Proveedores

El Estado transfirió un total de 26.981 millones de euros para satisfacer las facturas impagadas por ayuntamientos y gobiernos autonómicos. La medida fue calificada de plan de rescate para los autónomos.

Diputación de Cádiz

La Diputación de Cádiz ha destinado 912.501 euros al fomento del trabajo autónomo dentro del Marco Estratégico de Desarrollo Económico de la Provincia de Cádiz 2012-2015.

Licencia Express

La medida fue aprobada el pasado mes de mayo por el Gobierno para la apertura de negocios de menos de 300 metros cuadrados. Elimina la llamada autorización administrativa previa, lo que permite abrir un negocio en menos de 15 días, y no en 24 meses, como era habitual.

da factura ascendió a 4.669 euros por recibo, aunque el 91,8% de todas las facturas pendientes no rebasaba los 10.000 euros.

El Plan de Pago a Proveedores se impuso finalmente a otras dos candidaturas. La primera de ellas era la Diputación de Cádiz, por su promoción al trabajo autónomo a través del Marco Estratégico de Desarrollo Económico de la Provincia de Cádiz 2012-2015. La institución ha decidido destinar a esta rarea 912.501 euros a través del Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico, en colaboración con las organizaciones más representativas de autónomos. El objetivo final es incrementar el número de microempresas y que éstas generen más empleos.

La otra candidatura que optó al Premio Impulso al Autónomo 2012 fue la Licencia Express para la apertura de negocios de menos de 300 metros cuadrados. Esta medida, aprobada el pasado mes de mayo, elimina la autorización administrativa previa. Además, permite abrir un negocio en menos de 15 días, y no en 24 meses, como venía siendo lo habitual, con el perjuicio económico que suponía para el autónomo que, durante ese tiempo, debía pagar el alquiler del local sin poder ingresar un euro.

La crisis llega a la seguridad privada, con un 10% menos de contrataciones

► Los recortes de las administraciones y los retrasos en los pagos comienzan a hacer mella en el sector.

JOSE TORRES MÁLAGA

■ La crisis sigue su curso río abajo destruyendo todo lo que encuentra en el cauce. Sin embargo, la fuerza de la riada es tal y se prolonga tanto en el tiempo que la erosión hace mella en las orillas. En una de ellas se encuentra la seguridad privada, un sector bien consolidado en la provincia pero que comienza a resentirse, tras tantos años de recesión.

Así lo dice el presidente de la Asociación Malagueña de Empresas de Seguridad (AMES), Federico Sánchez, quien asegura que a este sector la crisis no le ha afectado de lleno como a otros, «pero está durando tanto que ya comienza a notarse coletazos». Según Sánchez, los principales problemas llegan desde las administraciones porque los recortes se traducen en menos contrataciones y en retrasos en los pagos a las empresas, provocando que éstas también tengan que recortar y ajustar sus presupuestos.

El pilar del sector

La estimación de AMES revela que el pilar económico del sector son los servicios prestados a las administraciones, que suponen entre un 35 y un 40% del volumen de negocio del sector en la provincia, mientras que el resto lo absorbe la venta de sistemas al comercio, a la industria y a los particulares. Aún así, el sector resiste en cuanto que todavía no se ha producido una caída impor-



Un vigilante de seguridad en el acceso del Rectorado. G. TORRES

LA CLAVE

ADMINISTRACIONES

Entre un 35 y un 40% del total

► La Asociación Malagueña de Empresas de Seguridad estima que los trabajos a las administraciones pueden suponer ese porcentaje. Sin embargo, los continuos recortes y los retrasos en los pagos comienzan a afectar a algunas empresas que se ven obligadas a cerrar algunas delegaciones.

tante en el número de empresas que se ven obligadas a cerrar en la provincia de Málaga ni en el número de despidos. «En Málaga, más que empresas se cierran delegaciones, pero donde estamos notando la crisis es en un sensible descenso de las contrataciones», asegura el responsable de AMES antes de cifrar esa bajada en algo más de un 10% en el último año.

Pero la crisis también se nota a otros niveles. «Menos pero se nota», apunta Federico Sánchez.

El presidente de Asociación Malagueña de Empresas de Seguridad se refiere a cómo todo el mundo se aprieta el cinturón y recorta, aunque se da la paradoja que a mayor inseguridad más medidas se toman. «La seguridad es un mal necesario. Hay de todo. Desde quien renuncia a ella porque no llega, pero también hay muchos casos en los que es lo último que se quiere evitar», explica. El comercio y las familias es donde más dificultades se detectan.

COMERCIO EXTERIOR

Extenda impulsa portales web para sectores profesionales

La agencia pone su red profesional 2.0 al servicio de las empresas • Ya está en marcha Andalucía Modá, punto de encuentro virtual para firmas interesadas en la exportación

R. E. / SEVILLA

Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior iniciará en 2013 una programación de apoyo a las empresas andaluzas en internet, en la que destaca la puesta en marcha de portales web de sectores, subsectores y productos en su red profesional 2.0, Extenda Plus. A través de estos portales, el primero de los cuales, Moda Andalucía, ya está en marcha, diseñarán y ejecutarán acciones y estrategias de promoción sectoriales en internet, en beneficio de las empresas que participarán en ellos a través de sus propios blogs, que serán los que nutran y den vida a estos portales.

Se trata de una estrategia de promoción 2.0 basada en los principios del social media, en la que los usuarios -empresas en este caso- son los protagonistas. De esta forma, Extenda, el instrumento de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo que desde hace 27 años promociona a las empresas y productos andaluces en el exterior, da un paso adelante en sus servicios y se sitúa a la vanguardia de los entes de promoción del país.

La herramienta con la que desarrollará esta estrategia es Extenda Plus, y su primer portal sectorial, en el que ya se están dando de alta las empresas, es Moda Andalucía, que en breve se presentará al sector y que en las acciones programadas para 2013 será la herramienta de promoción *on line* del sector de la moda andaluza, a través de sus empresas y productos, contenidos básicos de este portal.

Extenda Plus es la primera red profesional 2.0 de la internacionalización al servicio de las empresas andaluzas, cuyo objetivo es apoyar su promoción exterior



EN DETALLE

¿Qué beneficios aporta la nueva herramienta?

Es 100% participativa, bidireccional y a medida de los intereses y posibilidades de las empresas. Pone al alcance de todas las empresas del sector, por muy pequeñas que sean, la posibilidad de beneficiarse de acciones de promoción en el mercado internacional, que, de otra forma, resultarían inalcanzables para muchas pequeñas sociedades. Esto es algo determinante en un tejido productivo como el andaluz, en el que más del 90% de las firmas son pymes y micropymes, y en unas circunstancias económicas en las que el mercado interior carece de la demanda necesaria para mantenerlas activas, y el exterior parece lejoso de sus posibilidades.

¿Qué se debe hacer para inscribirse en el programa?

Bastará con que la firma se dé de alta en Extenda Plus. Con unos sencillos pasos puede poner en marcha su blog de empresa en el portal, en el que puede incluir el catálogo de productos y servicios que desea ofrecer en el exterior. De esta forma, habrá creado su propio escaparate. El formato es tan válido para una micropyme que venda prendas de vestir infantiles como para un estudio de arquitectura que pretenda presentarse a licitaciones internacionales, para una inmobiliaria que busque aliviar el stock de viviendas con compradores del norte de Europa o para la variedad de productos gourmet andaluces, susceptible de ser promocionada en portales de todo el mundo.

¿Cómo está diseñada Andalucía Modá?

Extenda tiene planes de promoción digital especializados dirigidos a agentes internacionales de moda (agentes comerciales, medios de comunicación, prescriptores de opinión, importadores, distribuidores, etc.) con los que la agencia establecerá relación a lo largo de 2013 en todo el mundo. También usará el portal como vehículo para captar compradores de los productos que ofrezcan las empresas, a través de misiones comerciales en ferias, pasarelas o 'showrooms'. El portal está ahora nutriéndose de blogs de empresas y en los próximos días será presentado al sector en una jornada que se desarrollará en la propia sede de Extenda.

Es, por tanto, un lugar de encuentro y *networking* en la red para las empresas interesadas en la traspasar las fronteras, con presencia de importadores, distribuidores y agentes de inversión. También es el ámbito de relación 2.0 entre Extenda y las empresas que participan de sus acciones y servicios.

En su primer año de vida, Extenda Plus tiene registrados 1.709 usuarios profesionales, de los que unas 1.600 son empresas. En este tiempo, se han contabilizado más de 45.534 visitas, se han visualizado 347.206 páginas dentro de la red profesional y se han ido generando 110 grupos de relación y gestión de acciones entre Extenda y las empresas, ámbito inicial de la red en esta primera fase de captación.

Con el lanzamiento de Moda Andalucía, Extenda presenta su primer portal web para la promoción específica de un sector, en

PASO A PASO

El programa continuará en 2013 con la creación de portales para sectores como la arquitectura

una estrategia que continuará los próximos meses. A Moda Andalucía le seguirá, Arquitectura Andalucía, que acogerá un universo de estudios de arquitectura con capacidad de desarrollar proyectos internacionales, y otros portales web que, editados en inglés, bilingües o los idiomas que se crean convenientes, servirán de herramientas de promoción sectorial en internet hacia todo el mundo.

Estos portales se nutren a partir de los blogs de las empresas de distintos subsectores que, de forma voluntaria y gratuita participan en ellos. De esta forma, Extenda Plus conformará un catálogo virtual de productos y servicios de Andalucía para su promoción en internet, con estrategias y acciones específicas diseñadas por los técnicos sectoriales de Extenda e incluidas dentro de la programación anual de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior en diferentes mercados de oportunidad.

Más información en www.extendaplus.es y www.extendaplus.es/modaandalucia

EMPRESAS EN EXTENDA PLUS

GREEN SPACE

Green Space, de Sevilla, continúa con su plan de expansión internacional y se ha convertido en la primera red de franquicias españolas del sector de las energías renovables presente en Argentina. Green Space Argentina es el siguiente paso en su proceso de expansión internacional. Argentina, país de más de 40 millones de habitantes, es objetivo de la



empresa a la hora de prestar sus servicios, basados en ahorro y eficiencia energética y que ya se disfrutan en España, Portugal o República Dominicana. Del mismo modo, la firma mantiene negociaciones para implantarse en países como Brasil, México o Francia, sus próximos objetivos estratégicos.

<https://extendaplus.es/members/greenspace/>

CDTEC SERVICIOS TECNOLÓGICOS

Cdtec Servicios Tecnológicos es una empresa sevillana que se ha implantado en Brasil con el nombre de Software Factory, cubriendo un campo importante de recursos TIC en un país donde existe una gran carencia en este ámbito. La firma realiza proyectos a medida, con diseño, consultoría y software. Llevan a cabo soluciones específicas,

desde proyectos básicos como webs corporativas, hasta herramientas avanzadas, con todo tipo de páginas, portales, comercios electrónicos, aplicaciones, intranets y extranets. La firma que también cuenta con delegación en Maruecos. Desde 2011 ha trabajado con el apoyo de Extenda.

<https://extendaplus.es/members/vecala/>

Alvaro Portes

Director territorial sur de Cesce. Cesce, cuyo principal accionista es el Estado, está presente en once países y tiene ingresos superiores a los 420 millones de euros; con más de 140.000 clientes en todo el mundo. En su origen era una aseguradora de exportaciones aunque ahora se ha convertido en una empresa de servicios globales de gestión de riesgo. Los impagos comerciales en este 2012 han subido un 30 por ciento



Alvaro Portes, director territorial de Cesce, en las oficinas situadas en la calle Atarazanas de Málaga. GREGORIO TORRES

«La empresa que mejor soporta la crisis es la que tiene hasta un 50% de negocio fuera»

■ Cesce, con más 350 clientes en Málaga y Granada, advierte del aumento de los impagos comerciales, sobre todo en el mercado interior



■ Cesce nació hace más de 40 años como compañía participada por el Estado para asegurar las mercancías exportadas por las empresas españolas. En los 90 incorporó también seguros para el mercado interior y, desde 2008, integra un servicio global de gestión de riesgos. Cesce tiene una base de datos para sus clientes que informa sobre la posibilidad de impago de cualquier empresa del mundo, lo que aconseja o desaconseja una operación. Otros servicios son el Prospecia, para aumentar la cartera de clientes, y un servicio de financiación muy útil en estos tiempos de restricción crediticia. Cesce tiene 8.000 clientes en España, de los que 1.100 están en Andalucía y 350 en Málaga y Granada. Y en 2013 pretenden crecer un 20%.

■ La crisis ha disparado la morosidad también entre empresas. ¿Cuáles es el actual nivel de impagos? ¿crece o se modera? ■ Estamos en un momento alto de impagos. La crisis golpeó muy fuerte en 2008 y sobre todo en 2009. Se repuntó algo en 2010 pero fue un espejismo. En 2011 se pro-

dujo la crisis de deuda soberana y hubo otro aumento de la morosidad. De hecho, la siniestralidad -el número de impagos en operaciones comerciales- ha subido un 30% en 2012. Esta tendencia se mantendrá en niveles altos en 2013 ya que existe una correlación entre la falta de liquidez de las empresas por la falta de crédito y la morosidad comercial. Cesce permite anticipar con mucha fiabilidad el comportamiento de los clientes de una empresa y detectar a los que son solventes de los que no lo son. De hecho, Cesce tiene el índice de siniestralidad más bajo de la industria. Hacemos buenas predicciones de riesgo que evitan disgustos.

■ ¿Cómo miden el nivel de impagos comercial? ■ Existe un cociente en el sector entre siniestros e ingresos que dice que en 2008, cuando los impagos comerciales se dispararon, la siniestralidad en todo nuestro sector se fue al 140%. Es decir, por cada 100 euros que se cobraban pagábamos 140. En los años siguientes Cesce ha ido reduciendo esos porcentajes y ahora mismo lo tenemos situado en el 58%; en el resto del sector está en el 100%. ■ Cesce asegura tanto comercio exterior como interior, ¿qué es

más seguro para una empresa? ■ Es cierto que el apoyo a las empresas exportadoras está en el ADN de Cesce pero trabajamos desde hace años las ventas domésticas. Es in situ, acualmente, la cartera de capitales está dividida en un 46% de venta exterior y un 60% interior. En cuanto a problemas de impago le diría que el mercado exterior es más sano. Las incidencias son mayores a nivel doméstico, en la exportación la siniestralidad está más controlada.

■ Precisamente, una de las escasas buenas noticias de la crisis es el aumento de la exportación. En Málaga, por ejemplo, estamos en cifras récord de casi 1.500 millones de euros al año. ■ Es cierto que la crisis ha provocado una situación compleja pero también abre un mundo de oportunidades en el exterior que las empresas están sabiendo aprovechar. La buena noticia no es sólo que aumenta la exportación sino que crecen todos los sectores y hacia países extracomunitarios, porque hasta ahora la UE concentran nuestro comercio exterior.

■ ¿Qué zonas son las más apetecibles para exportar? Por contra, ¿a qué hay desaconsejables? ■ Como países emergentes tenemos la mayoría de los de América

Latina, que están creciendo al 4% del PIB. Asia, que según todos los organismos internacionales va a concentrar el comercio mundial, y África, que se está incorporando ahora. En términos de cobertura de riesgos, hay que decir que la mayoría de los países están abiertos, aunque los haya de mayor riesgo donde la prima de riesgo que se cobra es mayor. Las únicas excepciones de países cerrados son del tipo de Venezuela, Irán, Siria o Libia, por sus conflictos.

■ ¿Qué consejos se le pueden dar a una empresa en estos momentos de crisis?

■ Quizá lo mejor que se le puede decir a una empresa es que mire casos de éxito y vea si son posibles de aplicar en su propia estructura. Todas las empresas españolas que han tenido de éxito se han basado en dos pilares: la internacionalización y la diversificación. Se trata de abrir el abanico de las líneas de negocio para no poner todos los huevos en la misma cesta. Está comprobado que las empresas que mejor están soportando la crisis, e incluso creciendo, son las que tienen un 40-50% de su negocio fuera, internacionalizado.

■ ¿Qué pasa si un cliente al que aconsejan no operar con una empresa dudosa no les hace

caso? ¿le aseguran también? ■ No, si decide hacerlo lo hace por su cuenta y riesgo. De todos modos, los clientes suelen hacernos mucho caso. Y una de las novedades de Cesce es que hemos roto con el principio de globalidad del seguro. Eso significa que nuestro cliente ahora no tiene por qué cubrir todas sus ventas sino que puede hacer una selección para cubrir sólo a los denominados clientes críticos. Que no significa que sean los peores; por ejemplo, un cliente al que le vendes el 30% de tu facturación es un deudor crítico pero precisamente porque es muy importante. Por eso, eventualmente, puedes querer tener cubiertas esas ventas.

■ Facilitan financiación a las empresas en sus operaciones comerciales, ¿cómo lo hacen?

■ A través de entidades financieras o un canal no bancario, con un mecanismo de titulización de factura. Eso significa que si la factura porque a la empresa no le paga un cliente es Cesce la que responde ante el banco, garantizando siempre el cobro. Como nosotros los que no subrogamos la deuda y procedemos al recobro del pago al deudor. Y no damos un crédito por perdido; tenemos unos mecanismos de recobro muy engrasados.

Los foros La Opinión DE MÁLAGA



Un momento del foro de debate sobre sanidad celebrado en la sede de La Opinión de Málaga. CARLOS CRIADO

La salud privada se consolida como pilar gracias a la fidelización y la accesibilidad

- ▶ Las clínicas apuestan por el boca a boca y la honestidad para que el paciente los recomiende y repita en sus instalaciones
- ▶ Aseguran que la sanidad pública está mal gestionada y que los ciudadanos deberían poder elegir como los funcionarios

MARINA FERNÁNDEZ MÁLAGA

La fidelización del paciente, la honestidad del centro médico y la facilidad para acceder a un tratamiento médico se erigen como principales motivos por los que los usuarios optan por la sanidad privada frente a la pública, según se desprende del desayuno-coloquio organizado por La Opinión de Málaga con los representantes de distintos centros sanitarios privados de la provincia.

A este asistieron Tomás Piñero, director médico de Hospiten Estepona, José Manuel García Verdugo, director médico de la Clínica Buchinger, José Luis y Gonzalo Gross de Betancourt, gerentes de Gross Dentistas, Claudio Priore, director de unidades de los centros ABB Andalucía y Pedro Bonal Ruiz, director médico de la Clínica Bonal.

Una de las principales conclusiones del foro fue apostar por el trato de calidad a los pacientes. To-

dos los asistentes, de clínicas y centros privados, coincidieron en afirmar que la honestidad con el usuario es fundamental para que repita en el servicio o lo recomiende a un conocido.

De hecho, todos apostaron por la importancia del boca a boca y de la difusión de los clientes, puesto que consideraron que la mejor publicidad es la que un paciente puede hacer de un buen servicio.

De este modo, todos ellos apostaron por crear un trato exclusivo y personal para unos pacientes que así lo demandan. De este modo, Tomás Piñero incidió en la necesidad de ofrecer los productos que demande el usuario. «Conforme vemos la demanda se cubren las áreas requeridas. La cirugía cada vez es menos invasiva y más compleja porque el paciente quiere estancias cortas», señaló. Por eso, recordaron que hace años quienes no trabajaban en el sector privado lo demoniza-

Crean que la sanidad pública ha derrochado y ha gastado innecesariamente, lo que no ocurre en la privada

ban insistiendo en que se alargaba la hospitalización para que el paciente gastara más dinero.

El director médico de Hospiten Estepona señaló que derivar pacientes a técnicas concretas les fideliza, al tiempo que el director médico de Clínica Bonal destacó la necesidad de ofrecer todo tipo de servicios. «Hay que trabajar las distintas técnicas», señaló, al tiempo que destacó la importancia de ofrecer productos para dar lugar a la sinergia de servicios. Así, Gonzalo Gross destacó que en su sector, el odontológico, están obligados a ofertar todo en materia bucodental para que el paciente no necesite acudir a otra empresa. Por su parte, el director médico de Bu-

chinger insistió en la honestidad. «El paciente no perdona el mercantilismo. Hace un tiempo se puso en contacto con nosotros un señor para que su mujer hiciera ayuno terapéutico. Le dijimos: ¡tú no porque no estaba indicado por su salud y poco después vino y dijo que lo hacía porque ríos veía serios, porque le habíamos rechazado», contó. Y es que como dijo el gerente de Gross Dentistas, «aunque somos empresas no dejamos de ser médicos. Parte del sector está montado por empresarios y no por médicos. Es un error».

«Nosotros usamos otras cuestiones como la honestidad. Si algo no funciona o no lo tenemos, facilitamos la derivación a otro sitio, eso lo fideliza», explicó Claudio Priore. El director de unidades de los centros ABB Andalucía señaló que en su ámbito, en España, hay pocos recursos. «En nuestra área-salud mental y trastornos ali-

Afirman que se superditan a la demanda de los pacientes y que se adecuan a los servicios que requieren

menticios es importante que haya centros especializados. Además hay una creencia social de que en la privada no hay rentabilidad en la humanidad, pero en la pública sí. Es un error», dijo.

Todos ellos coincidieron en que la sanidad pública está mal gestionada pese a contar con un alto nivel técnico en materia humana. «Desde la pública se percibe que la sanidad privada va a acabar con la de Seguridad Social, pero no». «Me da mucha pena porque los profesionales están maltratados. Antes se ponías bueno viendo al médico, ahora se vende que hay que pe-

PASA A LA PÁGINA SIGUIENTE ▶

JOSÉ MANUEL GARCÍA

DIRECTOR MÉDICO DE LA CLÍNICA BUCHINGER
«La excelencia está en el trato. En otros sitios es desagradable por presiones y saturación»
 ▶ Considera que las clínicas privadas se diferencian de los hospitales públicos por la cercanía en el trato y por la accesibilidad.



C. CRIADO

TOMÁS PIÑEIRO

DIRECTOR MÉDICO DE HOSPITEN ESTEPONA
«Hay que recordar que todos nos hemos formado en la pública, somos los mismos»
 ▶ Pide que no se estigmatice a las clínicas privadas porque cree que su público es distinto al de la Seguridad Social.



C. CRIADO

PEDRO BONAL RUIZ

DIRECTOR MÉDICO DE LA CLÍNICA BONAL
«El paciente viene por el trato personal. Eso se ha perdido en la pública»
 ▶ Asegura que la sanidad pública y la privada cada vez se diferencian más en el trato y se parecen más en las técnicas y tratamientos.



C. CRIADO

CLAUDIO PRIORE

DIRECTOR DE UNIDADES DE ABB ANDALUCÍA
«No hay que tener miedo a las sinergias y a los cambios. Es tarea de todos explicar que primamos el trato humano»
 ▶ Asegura que la crisis económica y la revolución que vivimos ayudará a potenciar el sector.



C. CRIADO

GONZALO GROSS

GERENTE DE GROSS DENTISTAS
«Aunque seamos empresas no dejamos de ser médicos»
 ▶ Explica que muchas clínicas nacen de manos de personas que contratan al 20% a gente sin experiencia y con vocación empresarial y no médica.



C. CRIADO

▶ VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

gares», lamentó José Manuel García Verdugo. Coincidió en el planteamiento Bonal, que consideró que se ha buscado el desprestigio «adrede». «La sanidad pública está mal gestionada, se recorta a los que más trabajan», agregó.

Por su parte, el director médico de Buchinger consideró indecente que se premie a los médicos por recetar menos. «O recetar algo más barato aunque a la paciente le vaya mal». Por eso, abogó porque los médicos de cabecera puedan volver a recetar pruebas. «Ahora se deriva al especialista para todo, esto satura los servicios y quita los derechos a estos profesionales. Se convierten en desechadores de pases», criticó.

El director médico de Hospiten Marbella manifestó que la sanidad pública, pese a contar con grandes profesionales y equipos, está mal gestionada, lo que genera ineficiencia. «Se han convertido en funcionarios y no se involucran en la gestión del hospital». «En Hospiten somos más eficientes. Es barato si se gestiona bien. Hay que darle rapidez y evitar las listas de espera, porque son un fracaso para el sistema público. Hay mu-

cho que recortar en equipamiento, se ha despilarrado en farmacia, debe equipararse a la privada», insistió Tomás Piñeiro.

Por eso, manifestó que un proceso en la privada cuesta un 30% menos que en la pública. «El mismo proceso cuesta más», dijo.

«Se ha estigmatizado a la sanidad privada, pero hay que recordar que todos nos hemos formado en la pública. Somos los mismos y el objetivo final es tratar bien al paciente, nos mueve dar el servicio bien, rápido y resuelto», apuntó.

Por eso todos insistieron en que la sanidad pública ha derrochado y ha gastado innecesariamente. «En el ámbito privado hay mayor control».

«Podemos competir con la pública en casi todo. Estamos al mismo nivel, solo nos diferencia que somos más accesibles, damos más calidad y dedicamos más tiempo al paciente. Un 20% de la población tiene seguros privados», dijo Piñeiro. El director médico de Clínica Bonal apostó por descargar al Estado. «Que podamos elegir entre tener seguro público o privado, como los funcionarios con Muface. Tener la libertad de poder elegir».

ESPECIALIZACIÓN

Málaga, referente del turismo sanitario

▶ Los centros sanitarios privados de la Costa del Sol consideran fundamental que los profesionales que trabajan en ellas ofrezcan servicios específicos y únicos y que cuenten con una amplia cartera de idiomas

M. FERNÁNDEZ MÁLAGA

La Costa del Sol no sólo está consolidada como un destino de sol y playa, sino que numerosas personas visitan la provincia de Málaga para hacer el conocido como turismo sanitario. Las numerosas clínicas privadas existentes en Málaga conforman una oferta variada y amplia para que cualquier dolencia, necesidad o deseo sea cubierto sea cual sea.

El foro organizado esta semana en La Opinión de Málaga reveló que los extranjeros no solo acuden a estos centros cuando están de turismo o cuando se trasladan a vivir por su jubilación, sino que muchos de ellos deciden trasladarse a la provincia para disfrutar de ciertos tratamientos únicos en Europa y casi en el mundo durante los días que duran los inicios. Además, suelen repetir.

Todos los presentes coincidieron en afirmar que el emplazamiento de la provincia, con sus playas, su gastronomía y su gente ayudan a que estos pacientes se decanten por Málaga y sus hospitales antes que por otros ubicados en Alemania o América.

De este modo, el director médico de la Clínica Buchinger explicó que el grupo no ha dejado de invertir en su centro y que 2012 ha sido junto a 2007 su año estrella. «El que tenía dinero lo sigue teniendo. Los clientes quieren calidad, no que les den gato por liebre», apuntó al tiempo que recordó que acaban de inaugurar un nuevo edificio con 37 suites y habitaciones.

En este sentido, Tomás Piñeiro indicó que este sector es muy delicado puesto que los números con los que tratan estas empresas son personas. «Vienen porque se ponen malas, porque tienen un problema de salud. Nuestro objetivo final es que la asistencia sea



Gross, Priore, Bonal, Gross, Piñeiro y García Verdugo. CARLOS CRIADO

de calidad», destacó, al tiempo que manifestó la importancia de que los profesionales hablen idiomas y los pacientes se sientan cómodos y entiendan todo lo que les trasladan los especialistas.

Desde Gross Dentistas, los hermanos Gonzalo y José Luis Gross explicaron que en su centro cuentan con un 80% de fidelización. «A la larga lo que hace que los clientes repitan es el trato y su satisfacción». Así, explicaron que para ello cuentan con un nutrido grupo de trabajadores que hablan distintos idiomas, como francés o árabe.

José Manuel García Verdugo destacó que muchos de los clientes de Buchinger que se tratan en Alemania, al descubrir que tienen un centro en la Costa del Sol lo cambian por el entorno. «Debería recuperarse el eslogan 'Málaga ciudad de invierno', porque nuestro invierno es su primavera», insistió.

Por su parte, el director médico de la Clínica Bonal, ubicada en la Axarquía, destacó que las colonias de alemanes e ingleses que se ubican en la zona demandan que los profesionales sean los mismos y no cambien constantemente y les proporcionen confianza y seguridad.

«Nosotros trabajamos con el sufrimiento emocional de pacientes jóvenes», dijo Claudio Priore, que explicó que son más de 400 los pacientes que atienden en la actualidad y que su fundación trabaja con muchos usuarios para la prevención.

Además, apostaron por contratar a profesionales especializados y punteros en materias muy concretas para que personas con un problema determinado deban desplazarse a Málaga sólo para que les trate el experto. Es decir, «fichar» a especialistas que obliguen a visitar la Costa del Sol.

El pequeño comercio rechaza adherirse a la zona de libre horario

NOEMI
R. NAVAS

✉ nrodriguez@diariosur.es

La Asociación Centro Histórico se opone al área de afluencia turística fijada por el Ayuntamiento «si no hay ayudas a las pymes»

MÁLAGA. La libertad horaria sigue dando que hablar. La propuesta del Ayuntamiento de Málaga para la delimitación de la Zona de Gran Afluencia Turística (ZGAT) —en la que incluye cinco centros comerciales— sigue sin ajustarse a las exigencias del pequeño comercio. Así lo manifestó ayer la presidenta de la Asociación Centro Histórico, Trinidad Fernández-Baca. La portavoz lamenta que el Consistorio «haya dejado al margen de sus planes comerciales y turísticos al colectivo más antiguo del casco histórico, que a día de hoy representa a más de mil locales en el Centro y su entorno». Por ello, la asociación ha decidido no adherirse a la zona cuyos establecimientos podrán abrir, siempre que quieran, los 365 días del año y a cualquier hora.

La disconformidad radica, entre otros asuntos, en que los establecimientos de más de 300 metros cuadrados tengan libertad horaria «en detrimento de los minoristas que no se lo pueden permitir por falta de personal y conciliación. Además, el consumidor no demanda ampliar el horario comercial. Es una excusa para beneficiar a las franquicias y a los grandes almacenes», dice Fernández-Baca.

«Esta exigencia del Gobierno Central, que obliga al Ayuntamiento a establecer esta zona, tiene que ir en sintonía o a la par de una serie de medidas de apoyo a las pymes que, entre otras cuestiones tienen unos convenios colectivos



Los establecimientos de menos de 300 metros ya disponen de libertad horaria. ■ CARLOS MORET

provinciales que respetar a la hora de contratar trabajadores, un aumento en la inversión para poder contratar al menos dos personas por cada puesto para confeccionar turnos y el consiguiente aumento de la presión fiscal por el pago de seguros sociales y aumento en gastos fijos», enumeró la presidenta, tras asegurar que su colectivo pedirá a la Junta de Andalucía —que debe aprobar la propuesta municipal— la supresión de los artículos del Real Decreto que afectan a los minoristas.

Sus argumentos son respaldados por la Federación de Comercio de Málaga (Fecoma), cuyo presidente Enrique Gil lamentó anteriormente «el trabajo desde hace años en los centros comerciales abiertos de los barrios para que ahora se favorezca una fuga de consumo a las grandes superficies, las grandes beneficiadas de la libertad horaria».

Desde la Asociación Centro Histórico aseguran haber visitado 700 establecimientos de los 1.200 cifrados por Ayuntamiento, de los que una aplastante mayoría se muestra en contra de abrir domingos y festivos o los 365 días del año. «Concretamente hemos recopilado 300 firmas, un 87% está en contra, frente a un 13% que está a favor, pertenecientes a la almendra del Centro Histórico, Armengual de la Mota, en-

torno del Corte Inglés, Vialia, Muelle Heredia y La Victoria», señaló la presidenta. Fernández-Baca adelantó que pedirá ayuda al Defensor del Pueblo «para que no se destruya el tejido comercial tradicional, el que hace ciudad y añade un valor añadido al consumo», resalta.

Por su parte, la concejala de Comercio, Esther Molina, afirmó que el Ayuntamiento está abierto al diálogo con todas las asociaciones comerciales y autónomas, y lanzó un mensaje tranquilizador a los minoristas que van a formar parte de la zona de afluencia turística: «No los vamos a dejar solos. Estudiaremos todas las propuestas en beneficio del comercio tradicional, que entendemos será el gran beneficiado de la libertad horaria», aseguró la edil. No obstante, Molina pidió un esfuerzo a los empresarios por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo «como forma de superar la crisis».

El Ayuntamiento garantiza apoyo al comercio tradicional para adaptar sus horarios

Santiago Herrero

Pasada la página de su aventura en torno a la presidencia de la CEOE, el jefe de la patronal andaluza concentra todos sus esfuerzos en hacer ver que sólo se podrá salir de la crisis si los gobiernos estimulan la actividad económica. No parece que sea el camino elegido por la Junta, que ha dado otro *hachazo* a las inversiones.

«El impulso económico no puede esperar otra legislatura; desaparecerán miles de empresas»

ANTONIO SALVADOR / Sevilla
PREGUNTA.- ¿Qué valoración hace de la situación actual de Andalucía?

RESPUESTA.- Es evidente que estamos mal y que las perspectivas de futuro no son positivas. Es absolutamente imprescindible realizar políticas de ajuste, pero no se puede dejar para otra legislatura el impulso de la actividad económica; entonces habrán desaparecido miles de empresas. En Andalucía se agrava porque la tesis es que hay que cumplir con los objetivos sociales a costa de la inversión. Y eso es una opción ideológica.

R.- Los presupuestos de la Junta recortan la inversión, hay pagos a proveedores, se están tomando decisiones normativas que compliquen la posibilidad de inversiones...

R.-...añádame a eso la falta de crédito. Las políticas macroeconómicas son necesarias, pero hay que impulsar la actividad económica y dar fluidez al crédito. Microeconómicamente, si no hay sangre en el circuito esto no tiene vida.

R.- El rescate bancario de algunas entidades puede favorecer que fluya el crédito a las empresas o habrá que esperar al rescate soberano?

R.- Si a una serie de entidades financieras le quitas los activos tóxicos, le inyectas dinero, circunscribes su actividad al ámbito minorista y le eliminas la intervención pública tendría que fluir el crédito.

R.- ¿Ve usted la mano de IU en el presupuesto de la Junta para 2013?

R.- El presupuesto de la Junta es obligado, en conceptos globales y cuantitativamente. Las opciones ideológicas están claras y determinan la acción del Gobierno. Han decidido mantener el gasto social a costa de la inversión. Se podrá optar ideológicamente un año por lo social, pero si no se impulsa la actividad económica no habrá nada que repartir.

R.- ¿Se sienten abandonados los empresarios por la Junta?

R.- Nos sentimos abandonados por todo el mundo. Las medidas que se adoptan por todo tipo de gobiernos no tienen en cuenta la repercusión sobre la actividad económica y sobre las empresas. Se adoptan en función de planteamientos macroeconómicos o ideológicos.

R.- En los últimos años se ha abusado de la política de subvenciones, que financia la ineficacia y favorece la corrupción. Quizá se ha echado

en falta una voz más potente de los empresarios respecto a esta política.

R.- No se puede generalizar. Hay muchos proyectos empresariales que han visto la luz a base de apoyos públicos. Lo que no se puede es apoyar aquello que es inviable o que está alejado de criterios de rentabilidad.

R.- Si se hubieran destinado realmente al fin para el que estaba previsto el dinero de las partidas para incentivar el empleo la situación sería hoy bien distinta...

R.- La falta de intervención no debe posar sobre las decisiones. Si el hecho es positivo, mantengámoslo y tengamos los mecanismos de control necesarios para que no se produzcan. Ha habido corrupción generalizada en muchas zonas y trasladamos una imagen malísima. Esas cosas tendrían que tener una repercusión política que aparentemente no la tienen como debiera, porque los resultados electorales posteriores no reflejan el castigo a los partidos implicados.

R.- ¿No sobran organismos supestando de control que no realizan tal tarea?

R.- Posiblemente sobran mecanismos, lo que no sobra es el control. Esas cosas deberían estar racionalizadas y con la independencia suficiente para poder actuar.

R.- ¿Qué opinión le merece que el Parlamento haya sido incapaz de aprobar un dictamen de conclusiones sobre el caso de los ERE para fijar responsabilidades políticas?

R.- El peso de la composición ideológica y de partido lleva el agua al molino que más conviene. También esas comisiones deberían gozar de la independencia necesaria para poder llevar a cabo el trabajo de señalar la responsabilidad política.

R.- A su juicio, ¿Chaves y Griñán no tienen ninguna responsabilidad política? Si en la CEA un subordinado suyo hubiera cometido un fraude, ¿usted no se sentiría preocupado?

R.- Habría adoptado la decisión cuando me hubiera enterado. Es probable que en determinados niveles no nos enteremos hasta tarde de qué ocurre. Si el cuarto o quinto de administración de mi casa está haciendo algo tarde en enterarme.

R.- Pero si el jefe de un departamento le advierte de que se están produciendo irregularidades, ¿no tomaría cartas en el asunto?

R.- Trataría de informarme, pero



CARLOS MÁRQUEZ

CORRUPCIÓN

«Los resultados electorales reflejan que no tienen el castigo que debieran los casos de corrupción. Damos una imagen malísima»

HUELGA GENERAL

«No cabe formar parte de un Gobierno y estar en la cabecera de la pancarta. No tiene sentido que el Parlamento aplazara el pleno»

no tengo los elementos de conocimiento necesarios para pronunciarme sobre esos temas.

R.- ¿Cómo valora la actuación del Gobierno andaluz en la última huelga general?

R.- Si los representantes públicos se consideran trabajadores mal vamos, porque son servidores públicos. Adherirse a la huelga general es una minusvaloración del servicio público que debe prestar un diputado, un consejero o un director general. No cabe formar parte de un Gobierno y situarse en la cabecera de la pancarta frente al Gobierno. No tiene sentido que el Parlamento aplazara una sesión por que haya una huelga general o que determinados consejeros se pongan en huelga.

R.- ¿Echa en falta un mayor sacrificio de la Administración, parejo al que están haciendo las empresas privadas?

R.- Toda estructura tiene que tener en cuenta tres criterios para funcionar en términos económicos: tener unos gastos inferiores a los ingresos, una estructura adecuada a esos ingresos y un producto o unos servicios competitivos. Es evidente que en muchos estamentos públicos no se tienen en cuenta estos criterios a la hora de adoptar decisiones. No me

pronuncio sobre si sobran muchos, pocos o cuáles, sino sobre que cumplan estos criterios.

R.- ¿Qué balance hace de las cajas de ahorro en Andalucía?

R.- Pues que de la caja única se ha pasado a la desmembración de las cajas. Debería haber en Andalucía un poder financiero propio con capacidad de competir con otros. No entro en quién debe ser más importante, eso entra dentro de la competencia. Se debería aprovechar la situación actual para consolidar poderes financieros con características propias en Andalucía.

FORO DE EL MUNDO



CARLOS FERRAZ

P.—Su aventura por la presidencia de la CEOE ya ha acabado? ¿Qué le parece el papel de Rosell en el debate soberanista catalán?

R.—El tiempo me dio la razón cuando me presenté la primera vez y en la segunda espero que no me la acabe dando, pero va camino de dármele. En el primer caso entendí que el señor Díaz Ferrán no era el candidato idóneo para la CEOE porque su actividad económica era tan dependiente de las administraciones públicas que tenía un problema respecto a su independencia futura. Cuando se convocaron las últimas elecciones entendí que un candidato que procedía de la organización catalana nos podría traer en el futuro problemas por un debate que ya estaba presente. Espero que el tiempo no me dé la razón. Yo no permitiré que la organización se vea condicionada por un debate territorial y ejerzamos de patronal catalana en vez de patronal nacional.

P.—Andalucía tiene el peso que le corresponde por población?

R.—En ninguna parte.

P.—¿A qué se debe eso?

R.—A nuestra concepción nacional de las cosas. Andalucía es la federación más importante de los partidos nacionales; representa una parte importante de los sindicatos y de la organización empresarial. En todas esas opciones defendemos el interés general antes que el andaluz y apoyamos las políticas nacionales. Se da la paradoja de que se pagan cantidades impresionantes por la gobernabilidad y no se retribuye a quien da el gobierno. Lo que tenemos que hacer es darnos a valer.

P.—¿Tiene solución ese «carajal» parafraseando a Borrell?

R.—La debe tener.

P.—¿Sobre qué base?

R.—Sobre la base de una identidad de país. Aquí los símbolos no se pueden utilizar porque una parte los rechaza, no podemos hablar de España porque una parte... Ha llegado la hora de que pongamos en claro esa situación. Valorar el país y la esencia de lo que nos une.

P.—¿Qué ha fallado en Alestis?

R.—La elección del socio. Me opuse en su día tanto a la idea del que inicialmente iba a ser como que al actual socio tecnológico se le regalara una empresa y una actividad. Hoy vemos las consecuencias. [El grupo Alcor] tuvo un impacto económico positivo cuando entró y pretende tener otro al íuse.

P.—¿A quién compete la responsabilidad de esta situación?

R.—Ha habido una decisión equivocada de la Junta de entregar la mayoría de Alestis al grupo Alcor.

P.—Su organización ha despedido a trabajadores y busca una solución con la sede para lograr liquidez. ¿Cuál es la situación interna de la CEA?

R.—Han caído los ingresos y estoy ajustando los gastos para ser competitivos en el futuro. Tengo que ajustar la plantilla a los servicios que hoy presto por la caída de la demanda y tengo que hacer un plan de viabilidad sobre el nuevo modelo organizativo. Tenemos patrimonio libre de cargas que vamos a utilizar en la solución de estos problemas.

«Los empresarios nos hemos enterado del decreto del litoral por los medios»

Defiende a ultranza la concertación: «Aquí es perversión; en Madrid, un gran acuerdo»

P.—La Junta les ha consultado antes de la aprobación del decreto-ley de protección del litoral?

R.—No tenía ni idea del decreto de paralización urbanística de los municipios costeros hasta que lo he leído en los medios.

P.—Pero esa medida normativa, ¿no tendría que haber pasado por la Mesa de la Concertación?

R.—No es que debería formar parte de la Concertación, es que el decreto-ley, al final, suprime el Consejo Consultivo, el CES...

P.—¿Qué traducción práctica puede tener esa nueva norma?

R.—No lo sé, porque no conozco el contenido. La apariencia es que todos los municipios costeros con revisión de su PGOU quedarían paralizados hasta que no acabe el proceso de información pública. Todo aquel que tiene un proyecto en un municipio de éstos se encuentra con que, de un día a otro, se le puede paralizar. Es para que el inversor salga corriendo si no ha gastado un duro.

P.—En Andalucía se suceden los cambios normativos en materia urbanística. ¿Cómo entiende el empresario esta acusada situación de inseguridad jurídica?

R.—Se entiende por situaciones ideológicas que sobrevienen en el debate técnico...

P.—...y sin que se haya producido un cambio de gobierno.

R.—En el debate parlamentario del POTA, una enmienda a última hora apoyada por la entonces consejera Concepción Gutiérrez del Castillo obligó a incluir en toda planificación urbanística turística un 50% de viviendas sociales. La cuestión es de qué vive nuestra comunidad y de qué

tiene que vivir en el futuro. El inversor se mueve varios años antes de que piensen que va a haber las reglas económicas que prevén. Si alguien piensa que dentro de cuatro años se van a vender viviendas estaría ya buscando suelo. El problema grave hoy no es sólo la situación económica sino que las perspectivas para el futuro mediato no son positivas. ¿Qué hace falta para ello? Apoyo a la actividad económica y a las empresas. Hay que olvidarse de las ideologías y ser prácticos sobre el futuro de la comunidad y el país.

P.—Si la concertación no sirve para conocer y opinar sobre los proyectos del Gobierno, ¿cuál es el objetivo?

R.—No sirve para algunos casos, en otros ha servido y seguirá sirviendo. El

instrumento de concertación es y seguirá siendo un instrumento necesario. Que los empresarios, los sindicatos y los gobiernos nos pongamos de acuerdo en determinadas cosas es algo absolutamente positivo. Cuando se produce en Madrid es un gran acuerdo y cuando se produce en otro territorio es un instrumento de perversión.

P.—La crítica viene por que se considera que los acuerdos de concertación son sistemas de financiación de los agentes firmantes más que por el objetivo en sí de entendimiento y acuerdo.

R.—Como en Andalucía no ha habido alternancia, los acuerdos de concertación siempre han sido con el mismo Gobierno y eso parece que es un respaldo a un Gobierno determinado.

Cuando se producen en comunidades donde ha habido alternancia ya no es un respaldo a un gobierno concreto sino un instrumento de otro tipo.

P.—Si el objetivo es el mismo, da igual que lo firme un partido de un color o de otro. Los acuerdos deberían garantizar la paz social, no la paz política que pueda capitalizar el Gobierno...

R.—Cuando firmo un acuerdo de concertación sé los objetivos que persigo. Si mi colectivo entiende que es bueno y vamos a tener más presencia institucional, facilidad de participar en la elaboración de normativa, acceso a mecanismos de ayuda y programas de inversión, perfecto. ¿Que hay quebra en cada uno de esos capítulos? Evidentemente puede haberla. En la historia de la concertación hemos conseguido logros y evitado cosas que perjudicaban al mundo empresarial. Nuestros objetivos son económicos, no políticos.

P.—¿Cree, entonces, que se debe hacer una política continuista en el próximo acuerdo de concertación?

R.—Siempre se presenta con una enorme dificultad, pero hay que sentarse para intentar llegar a un acuerdo. Hay que ver el nuevo acuerdo de concertación social y lo que yo tengo que hacer es intentar resolver los problemas que tenga el mundo empresarial. En ningún órgano de gobierno se me ha demandado que buscara resultados políticos. Es lo que yo debo hacer.

CEOE

«No permitiré que el debate territorial afecte a la organización y que ejerzamos de patronal catalana en vez de patronal nacional»

PESO DE ANDALUCÍA EN EL PAÍS

«Andalucía no tiene el peso que le corresponde en ninguna parte. Y eso se debe a nuestra concepción nacional de las cosas»

ALESTIS

«Ha fallado la elección del socio. Me opuse en su día. La Junta se equivocó al entregar la empresa al grupo Alcor»

Han participado en El Foro de EL MUNDO de Andalucía, junto a su director Francisco Rosell, Teresa López Pavón, J. Caro Romero y Francisco Jayle. Recib...

> SUSURROS

El ninguneo protocolario de la Junta al líder de los empresarios

Al presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Santiago Herrero, se lo llevaban los demonios cuando el pasado 8 de noviembre vio el trato que el servicio de protocolo de la Junta le dispensó en el acto de toma de posesión de Ángel Gallego como nuevo presidente del Consejo Económico y Social (CES). El jefe de la patronal andaluza no entendía que el presidente de las empresas de economía social tuviera una ubicación preminente y así se lo hizo saber tanto al presidente de la Junta, José Antonio Griñán, como al consejero de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, Antonio Ávila. Tan evidente debía ser el malestar de Herrero que cuentan que el propio Griñán lo citó varias veces durante su intervención para tratar de aliviar tensiones y relajar el ambiente. La antesala de la negociación de un nuevo acuerdo de concertación social, que tan buenos réditos políticos ha dado al Gobierno andaluz, no es el momento más apropiado para enrarecer las relaciones.