



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA:

1/2/2013

FITUR2013

Salud e innovación, apuestas andaluzas

La Junta de Andalucía presentó ayer una aplicación para dispositivos móviles y la inclusión de 'Med&Beauty Costa del Sol' en los clubes de producto del Plan Qualifica.



El Carnaval de Málaga genera expectación

El Carnaval de Málaga se estrenó en el expositor de Málaga como un reclamo turístico más de la ciudad. Los dioses de la fiesta despertaron una gran expectación.



La Bienal de Flamenco vuelve renovada

La Diputación Provincial recupera este año la Bienal de Arte Flamenco como atractivo cultural de la provincia. El evento se celebrará entre el 28 de febrero y el 14 de septiembre.



Aspecto que presentaba el pabellón de Andalucía en Fitur en una jornada de intensos contactos profesionales. :: SALVADOR SALAS

LA UNIÓN HACE LA FUERZA

Andalucía sella un acuerdo con Bedhotel, que movilizará nuevos mercados

:: P. MARTÍNEZ

MADRID. El sector turístico tiene claro que hay que mirar al futuro sumando esfuerzos. En la segunda jornada de la Feria Internacional de Madrid (Fitur) se sucedieron los acuerdos y las alianzas entre administraciones y empresas en los expositores de Andalucía, Costa del Sol y en el stand de Málaga, un destino que selló ayer cuatro convenios para reforzar la promoción de la ciudad en mercados emergentes, como China,

y consolidar la presencia en el nacional. Estos acuerdos derivaron en buenas nuevas para la capital, que recibió de la naviera Iberocruceros la noticia de que aumentará este año un 20% las escalas con puerto base en Málaga. También, tras el convenio con Renfe, la compañía avanzó que ensayará en Fallas y en Semana Santa unos servicios de AVE directos y adicionales entre Málaga y Valencia. Del éxito de la oferta dependerá que se mantengan en el tiempo.



► **ACCIONES PARA ATRAER A MÁS TURISTAS.** El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, y el presidente de la CEM, Javier González de Lara, presentaron el Club Med & Beauty. © GREGORIO TORRES. Rodríguez y el director general de TUI en España, Juan José Vinent. © GREGORIO TORRES

La Costa del Sol quiere ser líder en el segmento de belleza y salud

► El club Med&Beauty reúne a 13 empresas relacionadas con el bienestar para potenciar un sector creciente

V. GUZMÁN MADRID

■ Convertir a Andalucía en un referente del turismo de salud y belleza a escala nacional e internacional y abrir las puertas a un

segmento con grandes potencialidades en la provincia. Con esos objetivos nació el club de producto Med & Beauty Costa del Sol, que ayer vivió su puesta de largo en Fitur de la mano del consejero Rafael Rodríguez y el presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga, Javier González de Lara, acompañados en la presentación por los coordinadores de salud, Luis Felipe

En los últimos cinco años, la demanda del turismo de salud y belleza ha crecido un 38%, aseguró Rafael Rodríguez

Jaime, y wellness, Lucía Romero. El proyecto cuenta ahora mismo con trece empresas que ofrecen experiencias diversas al consumidor, que pueden incluso adquirirse a través de internet (www.medandbeautycostadel-sol.com). «Estamos muy bien posicionados para optar en buenas condiciones a dar productos de confianza y en breve la Costa del Sol puede ser un destino potente líder en salud, belleza y bienestar», aseguró González de Lara, mientras el consejero de Tu-

INICIATIVA

Una guía móvil para tener Andalucía en la mano

► Rodríguez también presentó ayer la guía turística de Andalucía para dispositivos móviles *En tu mano*, una aplicación desarrollada por Andalucía Lab, que está disponible en cinco idiomas e incluye 1.771 recursos turísticos georeferenciados. Esta aplicación web ofrece al usuario diversa información geolocalizada y actualizada relacionada con monumentos, rutas, hoteles, restaurantes, compras, gastronomía, artesanía o historia, así como agenda de eventos y actividades.

rismo insistió en que la Costa puede ser un destino muy competitivo «haciendo esfuerzos para diversificar sus productos», al tiempo que abogó por dar una oferta de calidad y seguir trabajando para mejorar el Qualifica.

Rodríguez resaltó que la demanda del turismo de belleza y salud ha aumentado un 38% por ciento en los últimos años y que un 3% de las llegadas que recibe Andalucía están relacionadas con este segmento, que sólo en Europa genera cada año 9,4 millones de viajes al extranjero.

Med&Beauty, que integra a hospitales, hoteles o spa, se enmarca en el plan de potenciación de nuevos productos del Qualifica y ha sido potenciado por la CEM y la UMA.

La salud, un sector en alza

SUR 1 FEB. 2013

El grupo de empresas 'Med & Beauty Costa del Sol' se incorpora al Plan Qualifica

El turismo sanitario, que ha crecido un 38 por ciento en los últimos cinco años, mueve más de 5 millones de clientes en toda Europa

:: A. G.

MADRID. Desde una operación estética hasta un masaje sobre la cubierta de un barco. El segmento de salud y belleza, uno de los sectores que más ha crecido en el último lustro, abarca numerosas propuestas. Por eso, el Plan Qualifica, en el que participan el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, ayuntamientos y empresarios con el fin de potenciar los servicios turísticos, incorpora el grupo de empresas 'Med & Beauty Costa del Sol'. El proyecto cuenta también con el respaldo de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) y la Universidad de Málaga (UMA).

El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, y el presidente de la CEM, Javier González de Lara, asistieron al acto de presentación del proyecto. «La Costa del Sol es un destino que apuesta por la calidad y ahora lo hace con nuevos productos de salud, belleza y bienestar, algo que renovará su imagen y la convertirá en un referente europeo», afirmó González de Lara. Por su parte, el consejero de Turismo recordó que la coyuntura económica actual y la nueva tipología del turista aconsejan un cambio de modelo competitivo, en el que cobra una relevancia especial el desarrollo de estrategias adaptadas a nuevas necesidades y expectativas.

El turismo de salud y belleza ha

crecido un 38 por ciento en los últimos cinco años y supone ya el 3 por ciento del total de las llegadas que recibe Andalucía. La iniciativa contará con una inversión de un millón de euros e incluye también aportación privada. 'Med and Beauty' engloba 13 empresas con vocación de ampliar este número,

precisó González de Lara, entre las que se encuentran clínicas privadas, hoteles y centros de belleza de la Costa del Sol occidental, que tienen como objetivo convertir Málaga en un referente del sector.

La iniciativa entronca con otros proyectos que se han desarrollado en Málaga durante los últimos meses, como la Fundación Málaga Health y 'Tourism and Health

Spain', que promueven ya este tipo de turismo por toda la provincia. No en vano, actualmente el turismo sanitario deja más de 70.000 millones de euros en todo el mundo y más de 50 ciudades lo han convertido en su principal fuente de ingresos. Cada visitante de estas características gasta unos 10.000 euros de media.



Participantes en la presentación de 'Med & Beauty'. :: SUR

Córdoba recibirá a más de 200 directivos de agencias de viaje

Córdoba será la sede de la I Cumbre Mundial de Presidentes de Agencias de Viaje, que se celebrará el próximo mes de noviembre y en la que se darán cita cerca de 300 directivos. La cumbre permitirá reflexionar sobre la situación actual del sector y los cambios del turismo internacional, los retos a los que se enfrentan las agencias de viajes españolas y la necesidad de promocionar los destinos nacionales. Andalucía alberga actualmente el 10,1 por ciento de las agencias de viajes de todo el país. Se trata de la tercera comunidad en puntos de venta, solo por detrás de Madrid y Cataluña. En cuanto a provincias, Málaga ocupa el segundo lugar con el 21,8 por ciento del total de las agencias andaluzas, únicamente superada por Sevilla. En 2012 se frenó el número de bajas de puntos de venta turísticos en Andalucía hasta un 5 por ciento respecto al año anterior, un dato que la Confederación Española de Agencias de Viajes prevé mejorar en 2013.

ANDALUCÍA ► CONVENIOS Y NUEVOS PRODUCTOS

Especial Fitur 2013

La Junta se alía con Hotelbeds para traer a Andalucía a 631.000 turistas este año

► La Consejería firma un acuerdo con la filial de TUI para subir un 15% las estancias y recibir a 71.000 visitantes más



■ La Junta de Andalucía sigue confiando en los acuerdos con operadores para aumentar la cifra de turistas que llegan a la comunidad. Ayer fue el turno de Hotelbeds, filial del potente grupo TUI y que colaborará con Turismo para comercializar la oferta y hacer crecer los números de visitantes a finales de año.

Así, según anunció el consejero, Rafael Rodríguez, que suscribió el acuerdo con el director general de TUI en España, Juan José Vinent, el objetivo es subir en 71.000

los pasajeros que lleguen a Andalucía a través del operador, para alcanzar los 631.000 a lo largo de este ejercicio y sumar 941.000 pernoctaciones -con un aumento del 15% en las estancias-. «Es un acuerdo de singular trascendencia que posicionará la oferta de Andalucía de forma segmentada», explicó el responsable de la cartera de Turismo, que confió en que esta colaboración también consiga aumentar el volumen de negocio del sector.

El acuerdo conlleva una inversión de alrededor de 400.000 euros, que serán aportados al 50% por las dos firmantes. Además, como ya ha hecho la Consejería de Turismo en anteriores ocasiones, la aportación económica será progresiva, en función de los logros conseguidos.

Las acciones para promocionar Andalucía gracias a este acuerdo no sólo llegarán a los mercados tradicionales, como Alemania o Reino Unido, sino que llegarán a otros con capacidad de crecimiento como el portugués, el francés o el italiano y a mercados emergentes como Israel, EEUU, Canadá, los países del Este, los nórdicos y la zona de Asia-Pacífico. En los emisores tradicionales se espera un incremento del 4,8%, mientras que en el resto la previsión se mueve entre el 104 y el 140%. En estas acciones se incluirán iniciativas offline y online, workshops, famtrips o presentaciones en origen a agencias de viaje y touroperadores. «Vamos a hacer todo lo posible para que aumente el número de clientes que opte por la

región y en el futuro se podrá crecer aún más. Este acuerdo abre una unión más fuerte», aseguró, por su parte, Vinent.

Agencias

El consejero de Turismo también presentó ayer, en la segunda jornada de Fitur, la I Cumbre Mundial de Presidentes de Agencias de Viajes, que se celebrará en Córdoba en noviembre y en la que se darán cita alrededor de 300 directivos. Rodríguez insistió en la necesidad de las agencias de afrontar los retos que plantea el negocio turístico, adaptarse a las nuevas pautas del consumidor y apostar por la profesionalización para poder afianzarse en un entorno económico difícil.

El encuentro se celebrará del

12 al 14 de noviembre en la capital cordobesa y reunirá a más de 150 patronales de intermediación turística mundial, directores generales y altos cargos de grandes touroperadores internacionales. La cumbre versará sobre tres ejes: la situación actual del sector y los cambios del turismo internacional, la necesidad de promoción e información y los retos a los que se enfrenta las agencias españolas.

A la presentación también acudieron la subdirectora de Planificación y Coordinación de las OET, Elisa Sainz; el alcalde de Córdoba, José Antonio Nieto; la presidenta de la Diputación cordobesa, María Luisa Ceballos, y el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, Rafael Callejo.

MÁLAGA

(Fitur) 2013 ▶ **FITUR** ▶ La primera gran feria internacional de turismo de Europa

Empresarios creen que el turismo internacional crecerá este año

- TUI y CEAV destacan en Madrid que el destino recibirá más viajeros en 2013
- Un convenio con el mayor operador mundial traerá unas 630.000 visitantes a Andalucía

Ismael Touat MADRID
ENVIADO ESPECIAL

La segunda jornada de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid discurre bajo el optimismo de empresarios y operadores, que confían en que los mercados extranjeros continúan la tendencia al alza mostrada hasta ahora. También en Andalucía, ya que los profesionales prevén incrementos del turismo internacional en la comunidad. TUI Travel y CEAV compartieron previsiones y vaticinaron que Andalucía recibirá más viajeros en 2013. Previsiones positivas que la Junta espera que se vean cumplidas.

Con este objetivo firmaron ayer en Fitur un acuerdo de colaboración el Gobierno regional y Hotelbeds, filial de TUI (el mayor grupo empresarial turístico a nivel mundial). Este convenio de colabora-

La iniciativa cuenta con un presupuesto de 400.000 euros, financiados al 50%

ción permitirá atraer a la región 630.000 viajeros, que generarán 71.000 llegadas y 945.000 estancias hoteleras más de las que fueron registradas el año pasado por pasajeros canalizados por este operador. Esta iniciativa cuenta con un presupuesto de 400.000 euros, aportado al 50% por ambas partes. No obstante, la inversión de la Junta será progresiva en función de los resultados que se consigan.

El acuerdo fue suscrito ayer por el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, y el direc-



Juan José Vinent, director general de TUI España y Rafael Rodríguez, ayer.

tor de Relaciones Institucionales para España de TUI Travel, Juan José Vinent. Ambos destacaron la importancia de esta alianza, ya que refuerza la apuesta de Andalucía por los mercados emisores internacionales, que en 2012 crecieron en gasto (3,1% más) y pernoctaciones e alojamientos hoteleros (3,6% más). Tanto Rodríguez como Vinent subrayaron su tranquilidad acerca del éxito del convenio, cuya "prioridad" es impulsar el turismo foráneo en los destinos andaluces.

Junta y Hotelbeds desarrollarán acciones para aumentar la captación de visitantes y mejorar el posicionamiento de Andalucía en el plano turístico mundial. Estas iniciativas de promoción online y offline se llevarán a cabo en mercados clásicos (alemán, británico, holandés, belga y español); mercados implantados con potencial de crecimiento (francés, portugués, italiano, irlandés e islandés); y mercados nuevos (israelí, americano, canadiense, nórdico, ruso, ucraniano, Asia-

Pacífico y países del Este).

Rodríguez detalló las iniciativas e indicó que prevé un incremento del 4,8% de los mercados clásicos operados por TUI Travel; un aumento del 104% en los que cuentan con potencial de crecimiento; y del 140% en los nuevos emisores. Además, el consejero explicó que el acuerdo permitirá posicionar la marca Andalucía de manera segmentada y diferenciada por tipos de producto en el sector profesional, tanto en el caso de la tour operación clásica como

en la organización de viajes más novedosos.

Otra iniciativa importante en el sector profesional será la I Cumbre Mundial de Presidentes de Agencias de Viajes, que se celebrará en Córdoba del 12 al 14 de noviembre y en la que se dará cita alrededor de 300 directivos. En su presentación, el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, se mostró convencido de que "2013 será mejor que 2012" en lo que al tu-

El Plan Qualifica apuesta por el turismo de salud

El Plan Qualifica, pese a estar en el centro de la polémica en las últimas semanas, por fin recibe una grata noticia. Este proyecto incorpora el club de producto Med&Beauty Costa del Sol, que aglutina los servicios en el segmento turístico de salud y belleza de 13 empresas. La iniciativa fue presentada ayer en Fitur y el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, que la destacó como un ejemplo de di-

versificación de la oferta del destino costanero. El club está dirigido especialmente al turista extranjero y ofrece un total de 15 experiencias que pueden adquirirse a través de una página en internet y que van desde tratamientos médicos, de estética o de fertilidad hasta programas con terapias alternativas para el dolor o masajes a bordo de un vetero. Los responsables de Med&Beauty Costa del Sol han señalado que la

oferta da respuesta a una nueva tipología de turismo preocupada por "la calidad y exclusividad de los servicios, la sostenibilidad de las actividades o la naturalidad de los productos". El consejero de Turismo de la Junta de Andalucía apuntó que el turismo de salud, belleza y bienestar genera cerca de 9,4 millones de viajes entre los turistas de los mercados europeos, lo que supone el 2,4% de todos los desplazamientos turísticos interna-



Rafael Rodríguez.

cionales realizados en Europa al año. Se trata de un producto que ha crecido un 38% en los últimos cinco años y que tiene en España uno de sus destinos más populares, siendo alemanes, rusos y franceses los más aficionados a este tipo de viajes, en pleno auge. Rodríguez señaló que se trata de una oferta que "suma" para que la Costa del Sol pueda ser más competitiva, que abarca varios sectores, apuesta por la "calidad" y, con ello, "posiciona al destino en un mejor lugar".

rismo receptivo se refiere. Ligó este incremento a la tranquilidad y la inexistencia de "huelgas y montoneras", ya que, a su entender, no ofrecen buena imagen al turista. Destacó que 2012 fue un año "de luces y sombras", pero mejor que el anterior, sobre todo en gasto turístico.

Rodríguez compartió optimismo, siempre con cautela, ya que los crecimientos en turismo internacional "dependerán de la evolución económica de los emisores". El consejero andaluz del ramo también se refirió a la situación económica de España y criticó las políticas que llevan a cabo desde el Gobierno central. "Si no abandonamos la senda de los recortes no se favorecerá a los emisores ni a las agencias, que son intermediarios fundamentales", apostilló Rodríguez. El consejero señaló que en el sector de las agencias sólo se produjeron 43 bajas en Andalucía a lo largo del pasado 2012, lo que supone un 5% del total.

El cónclave está organizado por la CEAV y promovido por el Patronato Provincial de Córdoba, con el apoyo del Ayuntamiento, la Consejería y el sector privado, a través de CECO y organizaciones sectoriales de turismo y hostelería. Se prevé que a él asistan presidentes de confederaciones, federaciones y asociaciones de

Rafael Rodríguez
Consejero de Turismo

Si no abandonamos la senda de los recortes no se favorecerá a las emisoras"

agencias de viajes, de patronales empresariales, del sector MICE y directores generales y altos cargos de grandes operadoras.

La cumbre girará en torno a tres ejes: la situación del sector y los cambios en el turismo internacional; la necesidad de promoción e información (nuevas tendencias, tipos de turismo o nuevos mercados, entre otros); y la CEAV. Durante su celebración se desarrollarán conferencias, mesas redondas, entregas de premios a empresas y homenajes a destacadas personalidades del sector. Durante la cumbre se realizarán actividades paralelas como visitas turísticas y rutas por diferentes municipios de la provincia de Córdoba, lo que permitirá posicionar al destino entre un importante nicho de potenciales clientes congresuales.

El responsable de Turismo de Andalucía mantuvo que la cita es ejemplo de cómo la colaboración entre instituciones es "fundamental para sacar adelante iniciativas", al tiempo que animó a las agencias a mejorar aspectos para seguir creciendo como "la atención personalizada o la incorporación a los canales online".



Presentación del acto, ayer, en Madrid.

La Bienal de Flamenco de Málaga vuelve a escena

Más de 200 artistas participan en el evento que recupera la Diputación

I. T. MAORIO

ENVÍADO ESPECIAL

La Bienal de Flamenco de Málaga vuelve a escena. Tras celebrarse en 2005 y 2007, la Diputación recupera este evento cuya tercera edición arrancará el próximo 28 de febrero con la participación de más de 200 reconocidos artistas del cante, toque y baile. Málaga rebosará arte flamenco durante 29 semanas, un gran reclamo para los turistas extranjeros, según incidió ayer en la segunda jornada de Fitur el presidente de la Diputación y el Patronato,



García Peláez, Bendodo, Moreno Bonilla y Espejo.

Elias Bendodo. La gala inaugural tendrá lugar en el Teatro Cervantes e intervendrán las bailaoras. Milagros Mengibar y Luisa Palicio con el espectáculo *Piel de bata*. Miguel Poveda, Farruquito, Arcángel o el guitarrista Manolo Sanlúcar, que estuvo en la presentación, son algunos de los artistas más reconocidos en la Bienal de Arte Flamenco de Málaga, como así se denomina ahora.

En el mismo acto de apertura se le rendirá un homenaje de reconocimiento al guitarrista Juan Habichuela, que ha acompañado a las principales figuras del arte jondo. En la inauguración la Bienal dará por primera vez la voz del flamenco, en esta ocasión al maestro Antonio Fernández Díaz Fosforito, V Llave de Oro del Cante. Durante 29 semanas seguidas habrá grandes espectáculos, recitales, conciertos, exposiciones, conferencias, cursos, proyecciones cinematográficas, ediciones de libros, presentaciones de discos y rutas urbanas en una treintena de municipios de la provincia, concluyendo a mediados de septiembre en la plaza de toros de La Malagüeta.

Bendodo destacó el nuevo modelo de la Bienal malagueña en relación a las dos ediciones anteriores. Se trata de un evento más moderno y fresco. Se ha renovado el logotipo, se ha puesto el acento en el Arte Flamenco cambiando por tanto la anterior denominación y hay una programación más larga en el tiempo y diez veces más austera que la última.

La Bienal reúne a figuras del flamenco como Manuel Molina, La Cañeta, El Pele, Marco Flores, Carmen Ledesma, La Moneta, María José Sanriago, La Macanita y La Tana, que se unen a los ya citados y a otros imprescindibles como Angelita Montoya, Cancanilla, El Torta, Fernando de la Morena, Antonio Reyes, José Valencia, Manolo Franco, La Susi, Carrete o Antonio de Canillas.

La III Bienal de Arte Flamenco de Málaga, según señaló Bendodo, hace "una notable apuesta por los nuevos valores". El presidente de la Diputación destacó el grado de colaboración alcanzado con la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Málaga y la Fundación Cueva de Nerja, patrocinadores de la Bienal.

Antequera hace de sus iglesias su aroma turístico

Antequera innovó en Fitur con la presentación de dos productos novedosos: Antequera, Ciudad de las Iglesias y la esencia Agua de Antequera. El municipio busca potenciar su turismo anterior poniendo en valor su amplio número de templos y edificios religiosos, los cuales cuentan con un alto valor histórico y monumental. El presidente del Patronato, Elías Bendodo, y el alcalde de Antequera, Manuel Barón, destacaron

Antequera como la localidad que posee más iglesias por habitante, así como el atractivo patrimonial de cada una de ellas de cara al turista, sobre todo extranjero. Oe hecho, estos edificios funcionarán como reclamos turísticos y por ello abrirán en 2013 todos los días de la semana y en jornadas puntuales merced a la colaboración de parroquias y cofradías. Asimismo, durante la jornada de ayer se presentó el perfume Agua de Antequera. Barón subra-

yó que esta iniciativa "es una de las formas más elegantes de promocionar nuestra ciudad" y María del Carmen López, gerente de la Perfumería Hebe, elogió la labor de empresarios de Antequera para atraer turistas al municipio. Según insistió Barón, con estas acciones Antequera busca luchar contra la estacionalidad y potenciar el destino entre los meses de otoño e invierno, que es cuando el sol y playa pierde fuerza.



Barón y Bendodo.

Opinión y participación

La Opinión

1 FEB. 2013



Javier Noriega

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

Siete Días

MÁLAGA EN EL CORAZÓN. DE VALDUNKEN A CARRIÓN

La mayoría de los ciudadanos estamos preocupados por esta sinrazón, en la que la incertidumbre y escepticismo marcan la actualidad desde hace ya demasiados años. Muchos ya están indefensos porque lo han perdido todo. Ya son doce millones de personas (recogido en el último informe EAPN-España), que se encuentran en riesgo de pobreza o exclusión social. Cifra que no se cuece en cuestión de dos días. Estos millones de familias, necesitan soluciones. En vez de una respuesta clara, nos levantamos con más de lo mismo, que sí corrupción, incompetencia, déficit público e incapacidad financiera: «Chachi piruli, Juan Pirulero», o lo que es lo mismo, apriétense los «machos» este 2013. Marejada gruesa con tormentas para todo el año. Los que vivimos el día a día de las pymes, las de la trincheras, bien sabemos que la situación es calamitosa. Porque claro, ya me gustaría decir lo contrario, que esto es un país cívico donde impera la ley, que genera oportunidades y donde no ha de preocuparse por su futuro. Pero no, una tasa de desempleo juvenil del 62% en términos absolutos es un desastre, una calamidad, una canallada.

Ante este panorama es cuando uno no sabe si rasgarse las vestiduras o tirar hacia adelante. No queda otra cosa más que lo segundo, y podemos. En esta situación es cuando tenemos que sacar a la luz, valorar lo que los ciudadanos piden, honestidad y ejemplo en país desigualitario. Toca reinventarnos y solucionar la cuestión. Para ello hay dos caminos. Uno la reforma de la estructura, el ecosistema socioeconómico, judicial y administrativo que arregle este ecosistema nefasto (¿les contamos como desde los encargados de emplear en este país, que son las empresas, que necesitamos para empezar a emplear a millones de personas? Lo sabemos pero no nos hacen mucho caso.) y el otro mecanismo,

las personas. Las voluntades humanas que con claridad y esfuerzo saben que tienen que hacer y lo demuestran día a día, en los pequeños y grandes detalles. Aquí es donde nos tenemos que referir a dos ejemplos muy cercanos, malagueños por convicción, que a fuerza de conocerlos, fueron ejemplo de las que el consistorio pidió conceder. A cada uno en su momento, a la gentil **Lucía Valdunken** y su familia, tan querida para mí en representación de su queridísimo padre, y a **Rodríguez Carrión**, don Alejandro, una de las mentes más preclaras y sólidas del Derecho, de su infinita risa de labios finos. Iluminaba no sólo las mentes de miles de futuros juristas, sino la de muchas personas y dirigentes de muchos horizontes. Ellos, en su modestia, nunca hubiesen querido honores en vida. Su genialidad iba de la mano de la humildad. Desde caminos muy diferentes, demostraron con hechos y también con palabras el bien hacer en su quehacer diario. Ilusionaban con su visión y sembraban a su alrededor bienestar. Es lo que hicieron a lo largo de sus vidas y es lo que pasa con estas estrellas que tanto brillan, quietas deslumbraban y sirven de guía. «Curiosa teoría ésta del magnetismo y los contrapuestos», porque frente a la honestidad y el buen hacer, también en muchas ocasiones, y curiosa lección de la vida, en contraposición nos encontramos con la opacidad y la mediocridad.

Esos que merecerían otra medalla, la de la ignominia, por el enchufismo, corrupción, falsas promesas, y el mal hacer que diariamente desempeñan en este país. Ocurre que en esto de democracia, y a pesar de que puedan pensar que somos ingenuos, millones de ciudadanos sabemos de que va cada cual. Siempre ocurre en este camino de la vida, como nos ilustraban los egipcios en su panteón, frente a la Luz, representada por **Isis**, la oscuridad, **Neftis**. Una lectura sencilla proveniente de la más profunda de la historia. Y posiblemente son las personas, como ocurre en la historia, el mecanismo que acciona siempre todos los cambios, las regeneraciones. Ellos lo intentaron. Ojalá contásemos con una legión de Alejandro y de Enrique. Afortunadamente también hay mucha gente que se esfuerza, a pesar de la que cae, en sembrar a su alrededor bienestar. De ahí ojalá encontrásemos el necesario cambio. Y en la **Málaga** desmemoriada aunque no tengamos un panteón ilustre, como en **Cádiz** tienen con sus marinos, tenemos una constelación de ejemplos de esas personas que construyeron Málaga, son una pléyade de hombres y mujeres que fueron buenos. Ellos existieron, e hicieron. Construyeron Málaga desde su corazón. Se atrevieron a construir un mundo mejor. Y también sufrieron; eran de carne y hueso. Fueron incommensurables. Su ejemplo aún navega para muchos de nosotros. En cada uno de los atardeceres rosados de la bahía azul de Málaga. Aún y por siempre.

Luis Planas destaca el potencial del sector agroalimentario como motor económico

ANTONIO
M. RÓMERO



aromero@dianasur.es

El consejero de Agricultura afirma que «hay margen para seguir creciendo», aunque cree que deben superarse algunas debilidades

MÁLAGA. En Andalucía, en general, y en Málaga, en particular, la crisis ha abierto el debate sobre la necesidad de diversificar el modelo productivo. En ese escenario, surge con fuerza un sector que siempre ha estado ahí, en ocasiones observado como el pariente pobre de la economía, y que ahora se presenta como tabla de salvación: el agroalimentario. El consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, Luis Planas, destacó ayer el potencial de este sector como motor económico.

Planas afirmó que el complejo agroalimentario está «lleno de oportunidades». Para ello, detalló una serie de datos sobre producción, facturación y exportación, a nivel autonómico y provincial, que eviden-

cian la fortaleza de un sector «moderno, competitivo y sostenible».

A su juicio, la importancia de este sector va más allá de su trascendencia socioeconómica ya que, según expuso, la actividad agraria tiene un papel fundamental en el modelado del paisaje y contribuye a la conservación de la biodiversidad y los productos forman parte del patrimonio cultural de la dieta mediterránea. «Podemos decir que el sector agroalimentario no sólo es un motor de desarrollo para nuestra región, sino que constituye una verdadera columna vertebral de Andalucía», aseveró.

Durante un foro organizado por SUR sobre agroalimentación con el patrocinio de Aquagest, la Diputa-

ción Provincial, el Ayuntamiento de Málaga, Unicaja, Turismo Andaluz, Cajamar y Mar de Altura, Luis Planas consideró que a pesar de todo lo bueno que se ha hecho en el sector «hay margen para seguir creciendo» y para dibujar un futuro «prometedor».

A este respecto, consideró fundamental superar las debilidades que aquejan al complejo agroalimenta-

rio como son la necesidad de mejorar la comercialización, el valor añadido y la atomización. Una estrategia, que, según sus planteamientos, debe construirse sobre los pilares «fundamentales» de la calidad, la sostenibilidad y la innovación.

Respecto a la atomización, el consejero andaluz puso como ejemplo la alianza de la cooperativa oleícola malagueña Hojiblanca con el gigante mundial del aceite de oliva Deoleo como «el camino a seguir» en el sector agroalimentario andaluz. A este respecto, se mostró convencido de que la Comisión Nacional de la Competencia, que puso reparos a esta integración, finalmente dará «el visto bueno».

En este escenario y dado que las

«Nos hacen falta nuevos agricultores y ganaderos en Andalucía», afirma



Luis Planas, a la izquierda, y el director de SUR, Manolo Castillo, a la derecha, durante un momento del debate, donde se abordaron variados e interesantes asuntos. :: ALVARO CABRERA

previsiones de los organismos internacionales apuntan a que de aquí a 2050, la demanda mundial de alimentos aumentará en un 70%, el consejero dedujo: «Nos hacen falta nuevos agricultores y ganaderos en Andalucía». En este punto, recordó que los efectos de la crisis han obligado a muchos jóvenes licenciados que se han quedado en el paro a volver a las explotaciones agrícolas y ganaderas de sus familias y «redescubrir» este mundo como una oportunidad laboral.

Lograr una PAC «buena»

Luis Planas, tanto en su intervención como el posterior coloquio moderado por el director de SUR, Manuel Castillo, destacó la posición unánime de España para conseguir una buena futura Política Agrícola Común (PAC) en el marco plurianual 2014-2020 y que a su vez «sea buena» para Andalucía. En este sentido, poco pudo avanzar sobre las cuantías que recibirá la región andaluza y los mecanismos de reparto hasta que en verano esté concluido todo el proceso en Bruselas.

La búsqueda de una PAC que beneficie a los intereses de Andalucía fue uno de los ejes que destacó Planas de la política que está desarrollando su departamento. Junto a ello puso en valor iniciativas como la mejora de las infraestructuras agrarias, la promoción de una investigación eficiente y útil, el impulso al sector y la simplificación y agilización administrativa. «Para todo ello, vamos a seguir contando con la interlocución permanente con las organizaciones agrarias y las cooperativas, así como los representantes sectoriales», dijo.

El director general de Prensa Malagueña, José Luis Romero, fue el encargado de presentar el acto y trazar un retrato de la trayectoria política de Luis Planas. El copresidente de Cajamar y director general de Hojiblanca, Antonio Luque, también dirigió unas palabras a los casi doscientos asistentes y como conocedor de lo que hablaba dada su experiencia, manifestó que el sector agroalimentario ha sido uno de los «grandes olvidados» de Málaga. Hoy se presenta como una gran esperanza.



Luis Planas en un momento de su intervención en el foro en el restaurante Limonar 40. :: A. CABRERA

«No admito que se digan cosas sobre el decreto del litoral que no son verdad»

Lamenta «mucho» la actitud de los alcaldes del PP y cree que «la polvareda» contra la norma perjudica la imagen de Andalucía

:: A. M. ROMERO

MÁLAGA. La polémica sobre el decreto de protección del litoral andaluz ha marcado gran parte de la actualidad política de esta semana en Málaga. Un asunto sobre el que Luis Planas se pronunció con vehemencia al afirmar que no va a admitir falsedades y tergiversaciones sobre esta norma.

«Respeto las opiniones a favor y en contra del decreto, pero no admito que se digan cosas que no son verdad», recalzó el consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente en un mensaje claro a las declaraciones efectuadas en los últimos días por los alcaldes del PP de los municipios del litoral de la provincia. A este respecto, Planas negó que esta normativa perjudique al turismo, al crecimiento y

desarrollo económico, o cree inseguridad jurídica; «todo lo contrario», apostilló.

Luis Planas lamentó «mucho» la negativa de los alcaldes del PP malagueño de no acudir este pasado miércoles a la reunión convocada por la Junta de Andalucía para dialogar sobre el decreto de protección del litoral y criticó la falta de voluntad de consenso: «Los ciudadanos no está para líos ni conflictos, quieren acuerdos y soluciones y no ir a la reunión no solución nada».

El consejero consideró que no son los postulados de la normativa lo que perjudican la imagen exterior del litoral andaluz sino «la polvareda» que levantan las campañas en contra del decreto.

«El nuevo decreto ley es una medida necesaria para proteger lo va-

lioso y adaptar el planeamiento a las necesidades reales. No podemos seguir anclados en modelos de ciudad expansivos y obsoletos», proclamó Planas, quien defendió los beneficios urbanísticos, turísticos, económicos y medioambientales de la normativa.

Consideró la aprobación de este decreto ley -cuyo contenido desarrollado se conocerá en verano- es «un deber» ante las generaciones futuras para preservar la franja costera aún no invadida por el ladrillo. «La ambición de cualquier andaluz no es ver un muro en la costa desde Huelva a Almería», concluyó.

Prospecciones

Por otro lado, Luis Planas se posicionó en contra de las prospecciones, autorizadas por el Gobierno central tanto bajo el mandato del PSOE como del PP, para buscar gas en la costa de Málaga. El consejero dijo no conocer a nadie que esté a favor de esos sondeos salvo la empresa (en este caso Repsol) interesada en desarrollar este proyecto, que también se ha convertido en motivo de enfrentamiento político.

«Los ciudadanos no están para líos ni para conflictos, quieren soluciones», afirma

El preocupante problema del saneamiento integral

:: A. M. R.

MÁLAGA. Luis Planas mostró ayer su preocupación por los retrasos en materia de depuración de aguas y reconoció que no será posible cumplir los plazos establecidos en la directiva del agua que obliga a los países miembros a tener garantizado el tratamiento de las aguas residuales antes del 1 de enero de 2016.

«Los plazos incluidos en la directiva no los vamos a cumplir. No lo vamos a cumplir no en Andalucía, sino en toda España», afirmó el con-

sejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente al ser preguntado sobre los plazos para cumplir el saneamiento integral en los municipios del interior y del litoral malagueño.

Planas se mostró autocrítico y consideró que en este tema ha fallado, por parte de todos los partidos, «cultura pública» a la hora de invertir los fondos europeos. «Hemos construido magníficas autovías, hemos construido puertos que nos eran necesarios, hemos mejorado aeropuertos que eran

necesarios y otros que no lo eran, pero en la cultura de agua y la depuración no hemos tenido ninguna conciencia pública y eso lo digo en voz alta», destacó.

Por estos retrasos en materia de depuración, según recordó, España está inmersa en dos procesos de infracción, un tercero está en curso y otro está en camino. A su juicio, la disyuntiva está en elegir entre pagar las multas o invertir para resolver el problema; él se mostró partidario de esta última opción. A este respecto, recalzó en su intervención que el uso eficiente del agua es una de los ejes de trabajo esenciales de su departamento, que invertirá más de 380 millones en 2013 en políticas de agua en Andalucía.



Antonio Luque, copresidente de Cajamar, en su intervención. :: ALVARO CABRERA



José Luis Romero, director general de Prensa Malagueña. :: A. C.



Vista general del salón de actos donde se celebró el foro. :: A. C.

Una decena de acreedores de Isofotón quieren forzar su concurso

SUR 1 FEB. 2013

La empresa sevillana Lamaignere encabeza a estos proveedores, que aseguran sumar deudas por valor de dos millones de euros

de N. TRIGUERO / AGENCIAS

MÁLAGA. La amenaza del concurso de acreedores se cierne sobre una de las mayores industrias de Málaga. Un grupo formado por una decena de proveedores de Isofotón han encargado a un bufete malagueño que prepare la documentación necesaria para instar el concurso de dicha compañía por deudas atrasadas que suman dos millones de euros, según su versión.

A principios de esta semana, este periódico adelantó que Construcciones Vera había pedido ser declarada en concurso de acreedores. Pero hay otra forma de entrar en este procedimiento judicial: que sea un acreedor el que lo solicite ante el juzgado. Es el llamado concurso necesario, que centra la estrategia ideada por este grupo de proveedores encabezado por la empresa de transportes sevillana Lamaignere para recuperar sus deudas. El despacho Martínez-Echevarría, encargado de representar

los, no quiso ayer desvelar los nombres de las demás empresas, aunque especificó que hay varios malagueños y que las deudas contraídas con ellos por Isofotón datan de antes de 2011 en muchos casos. El bufete no descarta que se unan más acreedores a esta iniciativa en los próximos días.

Isofotón reconoció ayer a través de una portavoz que la deuda con Lamaignere existe, aunque matizó que nunca ha sido reclamada judicialmente. Con todo, expertos en derecho concursal consultados por SUR aclararon que no es necesario

que un acreedor haya pleiteado por una deuda para que pueda instar un concurso necesario.

«En dificultades»

La empresa malagueña aseguró ayer ser «solvente» y justificó el impago de la deuda a Lamaignere por las «dificultades» que atraviesa el sector fotovoltaico en estos momentos, «agravadas por la crisis económica y la falta de financiación», a las que no es ajena. Preguntada por la existencia de deudas con otros proveedores, la portavoz de Isofotón dijo desconocerlas y aseguró estar al corriente con el pago de nóminas y Seguridad Social.

Por su parte, el director general de Lamaignere, Francisco Herrero, declaró que quiere dar este paso «para evitar que más empresas se puedan ver afectadas por Isofotón». Se da la circunstancia de que este empresario es presidente de la Cámara de Comercio de Sevilla. Su compañía trabajó con Isofotón durante un año y medio hasta el mes de junio de 2011, con embarques de mercancías semanales, si bien según Herrero la relación empresarial entre ambas se empezó a quebrar cuando la deuda comenzó a acumularse y Lamaignere decidió darla por finalizada. «Intentamos hablar con ellos todos los días para saber cuándo van a comenzar a pagar, hemos dado facilidades

de pago e incluso llegamos a disponer de un calendario de pago ofrecido por Isofotón que han incumplido desde el primer mes», explicó el director general de Lamaignere.

Los trabajadores de la planta, convocados hoy a la huelga

Los alrededor de 700 empleados de Isofotón están hoy llamados a participar en una jornada de huelga para protestar por los «reiterados incumplimientos del ERTe y los continuos retrasos en el pago de las nóminas», según anunció ayer su comité de empresa después de que la reunión con el Servicio Extrajudicial de Resolución de Conflictos Laborales (Sercla) no sirviera para acercar posturas. Los sindicatos también han convocado una concentración frente a la Delegación del Gobierno de la Junta de Andalucía en Málaga a partir de las 12.30 horas.

La práctica totalidad de los trabajadores de Isofotón están afectados por un expediente de regulación temporal de empleo que les priva de trabajar hasta cinco meses al año durante 2012 y 2013.



Francisco Herrero, director general de Lamaignere. SUR