



CONFEDERACIÓN  
DE EMPRESARIOS  
DE MÁLAGA

**DOSSIER DE PRENSA DIARIO**

**FECHA:**

20/2/2013

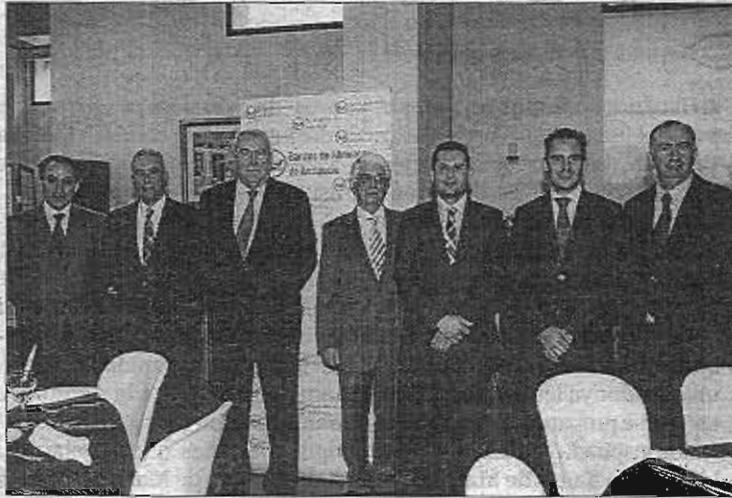
# Bancosol propone aprovechar los excedentes de alimentos

► La iniciativa pretende aumentar la eficiencia y distribuir los sobrantes entre los desfavorecidos

## LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Con el objetivo de aprovechar los excedentes de comida el Banco de Alimentos de la Costa del Sol (Bancosol) y la Asociación de Fabricantes y Distribuidores españoles (Aecoc) presentaron un proyecto a empresarios y representantes de los bancos de alimentos de Andalucía.

La iniciativa pretende conseguir aumentar la eficiencia en la ges-



Almuerzo-coloquio en el Colegio de Médicos.

La Opinión 20 FEB. 2013

ción y distribuir los sobrantes entre las familias más desfavorecidas.

La directora de Comunicaciones de Aecoc, Nuria de Pedraza, señaló en el almuerzo-coloquio que acogió el Colegio de Médicos de Málaga, la necesidad de mejorar los procesos logísticos y comerciales para lograr un equilibrio entre la oferta y la demanda. «Se trata de asumir la generación de excedentes y establecer un pacto por la eficiencia de su gestión para que puedan ser aprovechados por los bancos de alimentos».

Por otro lado, el presidente de Bancosol y la Federación de Bancos de Alimentos de Andalucía, Javier Peña, puso en valor «la disposición que muestra el tejido empresarial malagueño a la hora de hacer un esfuerzo por ayudar a las familias más desfavorecidas de la provincia con donaciones de alimentos».



Representantes de las administraciones, los empresarios, Bancosol y Aecoc, ayer, en el Colegio de Médicos.

## Bancosol busca apoyo de los empresarios para aprovechar los excedentes alimentarios

● Un proyecto pretende reducirlos y facilitar que los que se produzcan lleguen a los más necesitados

L. García MÁLAGA

Al año en España se producen unos 10 millones de toneladas de excedentes alimentarios, 80 veces más que lo que reparten los bancos de alimentos. El dato fue dado ayer en la presentación de un proyecto que impulsan el Banco de Alimentos de la Costa del Sol (Bancosol) y la Asociación de Fabricantes y Distribuidores Españoles de Alimentos (Aecoc). Ambas entidades han alcanzado un acuerdo con dos objetivos: reducir los excedentes alimentarios y facilitar que aquellos que se produzcan sean donados a los bancos de alimentos.

El proyecto es nacional y ya integra a más de 200 empresas. En Málaga, se han sumado a la iniciativa Hojiblanca, Maskom y Postres Reina. La directora de Comunicación de Aecoc, Nuria de Pedraza, explicó que hasta ahora, cuando las empresas donaban sus excedentes tenían que llevarlos al banco de alimento, lo que suponía un sobre esfuerzo de logística y gastos de transportes. Gracias a un acuerdo alcanzado

### LAS CLAVES

**1 10.000.000 de TN.**  
**al año de excedentes**  
Es lo que genera España y equivale a 80 veces la comida que reparten los bancos de alimentos

**3 2014, año internacional contra el despilfarro**  
El ejercicio próximo será declarado Año Internacional contra el Despilfarro para sensibilizar en el problema

**2 200 empresas en España y 3 de Málaga**  
Hay más de 200 empresas en España. En Málaga ya se han sumado Hojiblanca, Maskom y Postres Reina

**4 Reducir los excedentes a la mitad antes de 2025**  
Una directriz europea marca la meta de reducir los excedentes alimentarios a la mitad antes del año 2025

entre Aecoc, la Federación Española de Bancos de Alimentos (Fesbal) y las grandes empresas de transporte, ese traslado será gratuito porque estas firmas incluirán los productos donados en sus rutas de trabajo.

El proyecto fue presentado ayer en el Colegio de Médicos a medio centenar de empresarios y a las autoridades locales, entre las que había representantes del Gobierno, la Junta, la Diputación y el Ayuntamiento.

El lema de la campaña es La alimentación no tiene desperdicio, apróvechala. Para ello, se impulsa también la creación de una Mesa Provincia de la Alimentación, que vele por el reparto "claro y transparente" de los excedentes.

Javier Peña, presidente de

Bancosol, apuntó que la crisis debe ser una oportunidad para construir "una sociedad más sostenible y que todos rememos en dirección del bien común".

El proyecto no solo responde a la necesidad de apoyar los bancos de alimentos ante la situación de penuria que atraviesan muchas familias, sino además a una directriz europea que pretende reducir a la mitad los excedentes antes de 2025. En esa línea, 2014 será declarado Año Internacional contra el Despilfarro. El presidente de Fesbal, Juan Antonio Bustos, advirtió que se trata de un cambio cultural, que no solo apunta a que las empresas reduzcan sus excedentes y que los que se generen sean donados a los bancos de alimentos, sino que incluso "las amas de casa compren mejor".



JORGE ZAPATA

## Rodríguez firma en Málaga la 'hoja de ruta' del turismo

Andalucía trazó ayer la "hoja de ruta" para el turismo mediante un acuerdo entre la Consejería del ramo, la Confederación de Empresarios (CEA) y los sindicatos UGT y CC00, que marca entre sus objetivos la ruptura de la estacionalidad, la calidad del empleo y la mejora de la competitividad de las empresas. El IV Pacto Andaluz por el Turismo pone de manifiesto la importancia del sector, que el pasado año generó un 11 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB) de la comunidad y contabilizó 322.000 ocupados, el 12,3 por ciento del total, según el consejero de Turismo, Rafael Rodríguez (IULV-CA).

Pacto andaluz por el Turismo

Acuerdo por la Sostenibilidad, el Empleo, la Excelencia y la Competitividad del Sector Turístico Andaluz



Francisco Fernández (UGT), Rafael Rodríguez (Junta), Santiago Herrero (CEA) y Francisco Carbonero (CC OO) firmaron el acuerdo. :: ALVARO CABRERA

## El Pacto Andaluz por el Turismo pone el foco en combatir la estacionalidad

La Junta, los sindicatos CCOO y UGT y la patronal pactan la hoja de ruta de las políticas turísticas en la región de los próximos cuatro años

:: NURIA TRIGUERO

**MÁLAGA.** La lucha contra la estacionalidad, la sostenibilidad entendida en sentido amplio, el refuerzo de la marca Andalucía, la mejora de la eficiencia de los esfuerzos promocionales y el apoyo financiero a las empresas del sector serán las principales líneas de acción de la Junta en materia turística durante los próximos cuatro años. Una hoja de ruta consensuada entre el Gobierno andaluz, los sindicatos y la patronal que ha quedado plasmada en el nuevo Pacto Andaluz por el Turismo. Ayer, sus representantes firmaron en Málaga este acuerdo, que tiene como objetivo convertir a Andalucía en «el primer destino turístico del sur de Europa para 2020», según el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez.

El representante de la Junta aseguró que para conseguir este ambicioso objetivo el consenso «no es una opción, sino una condición».

Por eso valoró el «compromiso de los agentes sociales» por el turismo en la región. «En estos momentos en los que se está cuestionando la interlocución social, en Andalucía hacemos una gran apuesta por el diálogo y una gran afirmación: que cuanto más fuertes sean las organizaciones sociales, más fortalecida saldrá la democracia», argumentó.

El Pacto Andaluz por el Turismo contiene once líneas estratégicas y diez objetivos que se enmarcan en una «hoja de ruta» para hacer de Andalucía «un destino turístico altamente competitivo; un destino que apuesta por la calidad, la sostenibilidad y la estabilidad en el empleo», según Rodríguez. El acuerdo no cuenta con una partida específica, sino que se nutrirá «del presupuesto de la Consejería».

Todas las partes firmantes resaltaron como una de las principales prioridades la lucha contra la estacionalidad turística. En este sentido, el Pacto Andaluz por el Empleo prevé la elaboración de un Plan Estratégico contra la Estacionalidad, a través del cual se pretende, entre otros objetivos, fomentar productos turísticos que contribuyan a la desestacionalización, como el turismo para mayores o para jóvenes; así como potenciar la promoción de Andalucía como un destino fuera de temporada. También se

elaborará un Plan Director de Ferias, Congresos, Reuniones e Incentivos.

Otra línea estratégica es la sostenibilidad «en un sentido integral», incluyendo «no sólo aspectos ambientales, económicos y sociales, sino otras dimensiones como la cultural, la territorial o la tecnológica», que quedará plasmada en el nuevo Plan General de Turismo Sostenible.

La estabilidad y la calidad en el empleo es otro objetivo «irrenunciable», puesto que «un trabajador satisfecho

es la principal garantía para fidelizar al turista», recordó Rodríguez. El Pacto prevé buscar «marcos flexibles» que permitan atenuar la temporalidad, desarrollar un modelo de formación sectorial especializado, investigar nuevos perfiles profesionales y yacimientos de empleo e impulsar los certificados de profesionalidad.

**Promoción**

También se plantea la elaboración de un nuevo Plan de Marketing 2013-2016 que busca potenciar la marca Andalucía como referente de turismo de calidad, buscando la eficiencia y el retorno de la acción promocional y evitando las «duplicidades». Por eso se plantea diseñar planes de acción en coordinación con los patronatos provinciales y entidades privadas. En este sentido, Rodríguez advirtió, en un mensaje directo hacia Turespaña, que Andalucía «no va a renunciar al peso que objetivamente tiene» a la hora de diseñar políticas de promoción turística en el ámbito internacional.

Otra de las líneas de acción, el apoyo financiero a las empresas, se concretará este año a través de 50 millones de euros en microcréditos para pymes turísticas y comerciales que la Consejería espera poner en circulación dentro del primer semestre.

### EL PACTO

► **Líneas estratégicas.** Sostenibilidad turística integral, lucha contra la estacionalidad, refuerzo de la marca Andalucía, apoyo a las empresas y al emprendimiento turístico, estabilidad y calidad en el empleo, excelencia, innovación y competitividad, desarrollo reglamentario de la Ley del Turismo de Andalucía, cooperación público-público y público-privada, reforzar el papel de Andalucía en las políticas turísticas y consolidar el consenso y la participación.

► **Firmantes.** Junta de Andalucía, CCOO-A, UGT-A y CEA.

### LOS PROTAGONISTAS

**Rafael Rodríguez**  
Consejero de Turismo  
«El objetivo es hacer de Andalucía el primer destino turístico del sur de Europa en 2020»



**Santiago Herrero**  
Presidente CEA  
«Debemos ir de la mano porque el turismo es una palanca clave para la recuperación económica»



**Francisco Fernández**  
Secr. Org. UGT-A  
«Mejorar la cualificación y la estabilidad de los trabajadores del sector es un objetivo prioritario»



**Francisco Carbonero**  
Secr. gral. CCOO-A  
«Andalucía es ejemplo de consenso en un momento en el que no está de moda firmar acuerdos»





De izquierda a derecha: Francisco Fernández, Rafael Rodríguez, Santiago Herrero y Francisco Carrotero. EFE

# La Junta incluye en el pacto turístico 50 millones en créditos para pymes

► La Consejería presenta la nueva «hoja de ruta» del sector, diseñada junto a la patronal y los sindicatos con el objetivo de crear empleo y superar la intermitencia de la demanda ► Los minicréditos estarán disponibles antes del fin del semestre

L. MARTÍN MÁLAGA

La Junta, los sindicatos CCOO y UGT y la patronal andaluza, CEA, decidirán a partir de ahora conjuntamente la política turística de la región, que quedó ayer rubricada, tras cuatro meses de negociación, con la firma del Pacto Andaluz por el Turismo; un documento interpretado como «la nueva hoja de ruta» del sector que se plantea entre sus objetivos la creación de empleo de calidad y la lucha contra la modorra invernal de la demanda y que, además, pondrá en circulación alrededor de 50 millones de euros en concepto de microcréditos para las pequeñas y medianas empresas.

Según informó ayer el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, esta cantidad, que está disponible antes de final del semestre, permitirá a las pymes comerciales y turísticas acogerse a programas de modernización, incluidos los de adaptación de la oferta a las nuevas tecnologías. Precisamente otro de los puntos, este último, que forma parte de las líneas estratégicas del plan, que también se preocupa por la sostenibilidad - ambiental y económica - y la mejora de la competitividad de las empresas.

Para el consejero la firma de este acuerdo supone poco menos que un hito en la gestión del turismo, especialmente en un contexto en el que, según dijo, se pretende debilitar a las organizaciones sociales «y llevar a la clandestinidad

«Trabajar juntos ya no es una opción, sino una cuestión de supervivencia», subrayó el consejero de Turismo

a la la negociación colectiva». «Es un éxito del diálogo y de la interlocución», puntualizó. El plan, el cuarto de estas características que se suscribe en Andalucía, propone las vías para afrontar el futuro de la actividad e incluye por primera vez expresamente entre sus fines la generación de puestos de trabajo estables. «Un trabajador satisfecho es la principal garantía para fidelizar al cliente», abundó.

En la presentación del acuerdo, el consejero defendió el peso de Andalucía en el turismo nacional e internacional e insistió en que la promoción en torno a la marca España debe configurarse en función de «intereses generales» y no de grupos concretos.

Rodríguez ensalzó la oportunidad de diseñar una política turística conjunta, sobre todo, porque la crudeza de los tiempos, resaltó, obliga a la unión de esfuerzos y de criterios. «Trabajar juntos ya no es una opción, sino una cuestión de supervivencia», precisó.

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Santiago Herrero, destacó por su parte el mantenimiento de la línea de diálogo y el respaldo a una actividad, la turística, que, en su opinión, será «la palanca cla-

## LAS CLAVES

**LÍNEAS ESTRATÉGICAS**  
Apuesta por la calidad y la mejora de la competitividad empresarial

► El pacto cuenta con once líneas estratégicas y diez objetivos entre los que destaca la lucha contra la estacionalidad - que contará con un plan estratégico -, la mejora de la competitividad de las empresas, la incorporación de las nuevas tecnologías, el desarrollo de la Ley de Turismo y la creación de empleo estable y de calidad.

## DIFERENCIAS

**El turismo se adelanta al pacto general que propone Griñán para Andalucía**

► El sector turístico ha estado más rápido. El Pacto Andaluz por el Turismo, que la Junta aspira a incluir en el marco del futuro acuerdo por la región propuesto por José Antonio Griñán, ha tomado la delantera tras cuatro meses de negociación, sin que de momento parezca que el documento general, de corte más político, vaya a firmarse a corto plazo. Los agentes, en este sentido, tienen trabajo por delante. Santiago Herrero, el presidente de la patronal, ya avisó ayer que si no se alcanzan «los mínimos contenidos

ve» para la recuperación económica.

También elogió el programa del secretario general de CCOO en Andalucía, Francisco Carrotero, quien destacó la apuesta por el empleo y calificó a la región de «pionera» en la búsqueda de consenso. «La precariedad y las condiciones laborales deficientes no son signo de modernidad ni de competitividad», indicó.

El vicesecretario regional de Organización de UGT, Francisco Fernández, que sustituyó en la firma al responsable autonómico

del sindicato, Manuel Pastrana, ausente por enfermedad, apuntó que el pacto puede ser un ejemplo «de arrimar el hombro» entre todos los agentes para abatir las dificultades.

El pacto, que se irá desarrollando paulatinamente a partir del documento, incluye entre sus objetivos el estímulo de la internacionalización de las empresas, el desarrollo del tejido asociativo y la lucha contra la competencia desleal. Además, se aboga por favorecer la inversión para mejorar la oferta.

necesarios», su organización, la CEA, no ratificará el pacto que propone la Junta, aunque se mostró partidario de encontrar soluciones. «Espero que con diálogo se resuelvan los problemas pendientes. También con el del turismo hubo un momento en el que había diferencias importantes», precisó. El presidente de la patronal, no obstante, desligó la interdependencia de ambos pactos y señaló que, en caso de no alcanzarse un acuerdo en la propuesta de Griñán, el Pacto por el Turismo «seguiría sin ningún tipo de obstáculos». «Es tan importante el turismo que estando inmersos en el Pacto de Andalucía, al que no sé si se llegará o no, se preserve este Pacto por el Turismo», razonó. En este sentido, Herrero, que eludió pronunciarse

respecto a los últimos escándalos protagonizados por Arturo Fernández, su homólogo en Madrid y vicepresidente nacional de la patronal, admitió que en la actualidad «hay sombras».

Para el consejero Rafael Rodríguez, al igual que para los sindicatos CCOO y UGT, la firma de la alianza de ayer es, sin embargo, la antesala del pacto general en la región. Con el nuevo pacto turístico se pretende aupar a Andalucía a la cumbre del turismo de calidad, que está presente en los contenidos tanto en lo que se refiere a la oferta como en la formación de los trabajadores. Rodríguez destacó que el documento supondrá también orientar las políticas de la Junta de Andalucía hacia la búsqueda de nuevos nichos de empleo.

# «Cualquier ayuda es un balón de oxígeno para un autónomo»

**Una floristería, un salón de belleza o un estudio de ingeniería son algunos de los 58 proyectos de emprendedores apoyados por la Diputación**

**:: ANTONIO M. ROMERO**

**MÁLAGA.** «Cualquier ayuda es un balón de oxígeno para un autónomo». Quien así se pronuncia es Josefa Fernández Rivera, una emprendedora de 34 años a quien la crisis económica dejó en el paro tras trabajar nueve años en una gasolinera. Con la indemnización decidió abrir hace seis meses una floristería en su Casabermeja natal, que ha sido «un éxito». Este martes su proyecto empresarial fue uno de los 58 de la provincia subvencionados por la Diputación de Málaga.

Una iniciativa desarrollada a través del Servicio de Políticas de Empleo de la delegación de Derechos Sociales que encabeza la vicepresidenta tercera, Ana Carmen Mata, para favorecer el empleo autónomo en los municipios menores de 25.000 habitantes y que ha supuesto un desembolso total de 137.857,19 euros (unos 2.500 euros por iniciativa) para proyectos como restaurantes y cafeterías, clínicas dentales, tiendas de moda, fruterías, pescaderías, una academia de idiomas, un salón de bellezas o un estudio de ingeniería técnica.

El responsable de esta última iniciativa es Salvador Romero, un ingeniero técnico industrial espe-



Ana Carmen Mata, primera de la izquierda, ayer con algunas de las emprendedoras. :: SUR

cializado en mecánica que fundó hace un año Proingesam. Una pequeña empresa que presta servicios de medición, tasación, redacción de proyectos técnicos, certificados de seguridad y homologación de matriculaciones de coches de importación en la zona del Valle del Guadalhorce. «En mi sector había poco trabajo y las circunstancias me obligaron a abrir una empresa. El autoempleo es una gran salida laboral y más en estos tiempos de crisis. Yo no me puedo quejar. Voy sobreviviendo», relató este joven de 31 años.

Una historia similar protagoniza María del Carmen Rodríguez Molina, quien ha abierto un salón de belleza en Periana y destacó «el alivio» que suponen las ayudas públicas a los jóvenes emprendedores. «Tengo que pagar el autónomo, el alquiler del local donde tengo el salón y renovar continuamente los aparatos para dar el servicio porque la tecnología evoluciona muy rápidamente y estas subvenciones son una espina dorsal», manifestó esta joven de 23 años.

Ana Carmen Mata destacó «la valentía» de los emprendedores que

apuestan por el autoempleo para crear riqueza y puestos de trabajo en la provincia «en estos momentos de dificultad». «El camino por el empleo por cuenta propia está creado para ser recorrido por personas que creen en su idea, en su proyecto y confían en sí mismas», subrayó la diputada.

Por municipios, los que más han recibido han sido Periana, con siete proyectos subvencionados, Cortes de la Frontera y Ardales, con cuatro cada una, y Cuevas del Becerro con tres, según los datos oficiales facilitados por la Diputación Provincial.

EN BREVE

Málaga Hoy 19 FEB. 2013



María del Mar Martín Rojo, ayer, durante la presentación de la página web.

## Nueva página web para ayudar a emprendedores

**MUNICIPAL.** El Ayuntamiento de Málaga ha puesto en marcha una página web para ayudar a los emprendedores a encontrar locales vacíos en las zonas de El Soho, Beatas-Tomás

de Cózar; Rozos Dulces-Nosquera y Dos Aceras-Madre de Dios, todas ellas incluidas en las zonas de actuación preferente del programa europeo Iniciativa Urbana. El proyecto fue presentado ayer por la

concejala de Economía, Hacienda y Personal, María del Mar Martín Rojo, acompañada por el gerente de Promálaga, José Estrada; y por Jesús Caballero, de la inmobiliaria Salsa Patrimonio.

10 FEB 2013

## HOSTELERÍA

# Empresarios de playas analizarán en Torremolinos la Ley de Costas

N. Alonso TORREMOLINOS

La Ley de Costas y la nueva seguridad jurídica de las concesiones para explotar los chiringuitos y los quioscos de playa centrarán este año el debate de la 37ª edición de la Exposición de Hostelería y Artículos de Playa (Expoplaya 2013) que se celebrará este viernes en el Palacio de Congresos de Torremolinos. Se trata de una cita profesional en la que se muestran los equipamientos y servicios que están a disposición de este sector clave, por lo que podrían acudir alrededor de mil empresarios de toda Andalucía.

Además, está previsto que participe en las Jornadas Téc-

El Palacio de Congresos acoge la 37ª edición de Expoplayas

nicas de Expoplayas el gerente de la empresa pública Turismo Andaluz, Francisco Artacho, quien dará a conocer las políticas de promoción previstas por la Administración autonómica. La feria se completará con una amplia exposición de alimentos, bebidas y productos relacionados con la gestión medioambiental, además de soluciones tecnológicas para el segmento de sol y playa.

Paralelamente, la Asociación de Empresarios de Playas de Málaga-Costa del Sol (Aeplayas) celebrará su asamblea ordinaria coincidiendo con esta cita. Unos 400 empresarios de toda la provincia han sido convocados para asistir a esta reunión.

# Siete empresas participarán en una misión comercial en Irán

● El objetivo es intensificar las relaciones entre las firmas malagueñas y el mercado iraní

**Celina Clavijo** MÁLAGA

Un total de siete empresas, que pertenecen a los sectores de la construcción, farmacéutico, servicios, agroalimentario y de la energía, se han inscrito hasta la fecha en una misión comercial que tiene previsto organizar la Cámara de Comercio de Málaga en Irán. El encuentro, el primero impulsado por una entidad cameral andaluza en este país del Oriente Próximo, pretende intensificar las relaciones con España.

"Es una iniciativa extraordinaria con muchas posibilidades, especialmente para la provincia de Málaga", manifestó la responsable de la comisión de Comercio Exterior de la Cámara, María de la Paz Hurtado. Según explicó, la idea es aterrizar el día 1 de mar-

El embajador de Irán se reúne con unas 40 empresas en Málaga para animarlas a invertir



El embajador de Irán en España, junto a representantes de la Cámara de Comercio.

zo en Teherán, donde los representantes de las sociedades interesadas permanecerán durante cuatro días. La misión continuará posteriormente en Omán, al suroeste de Asia, y en conjunto durará una semana.

El embajador de la República Islámica de Irán, Morteza Saffari Natanzi, que mantuvo ayer un encuentro con 40 empresas en Málaga, instó a las firmas a invertir, y a establecer contactos comerciales en el país. "Es una población grande, con 80 millones de habitantes. Estamos hablando además del área con mayores reservas de energía en zonas importantes de Oriente Próximo", señaló.

Uno de los principales sectores que, según Saffari, genera mayores posibilidades de negocio para las compañías malagueñas, y en general las españolas, es el turismo. "Irán se encuentra entre los diez primeros países del mundo a nivel turístico. Conocemos su historia y su variedad climática, que también sirve para potenciar este campo. El turismo puede ser el punto más aprovechado por las empresas", indicó el embajador. En su opinión, la entra-

## "Teherán está devolviendo el trato político recibido"

"Nuestro Gobierno está devolviendo, de forma recíproca, el trato recibido a algunos países". Así de contundente se mostró ayer el embajador de Irán en España, Morteza Saffari Natanzi, tras reconocer que hay zonas europeas "que han tenido un trato político contrario" a esta región del Oriente Próximo. De ahí que, según recalcó, exista ahora una "oportunidad de mercado" para las empresas españolas, que en el pasado su-

frieron diversos "problemas" de competencia frente a rivales comerciales del tipo Francia, Italia, Alemania o Inglaterra.

A la vista de la actitud "política" que el Ejecutivo de Irán muestra actualmente con firmas de estos países, Saffari considera que las sociedades españolas tienen la posibilidad de "aprovecharse de la situación que ha surgido a partir de dichos conflictos".

El embajador también resaltó la "relación amistosa" entre España

frieron diversos "problemas" de competencia frente a rivales comerciales del tipo Francia, Italia, Alemania o Inglaterra.

A la vista de la actitud "política" que el Ejecutivo de Irán muestra actualmente con firmas de estos países, Saffari considera que las sociedades españolas tienen la posibilidad de "aprovecharse de la situación que ha surgido a partir de dichos conflictos".

El embajador también resaltó la "relación amistosa" entre España

Actualmente, operan en Irán 2.000 empresas de España, entre ellas varias andaluzas que trabajan en el campo de la aceituna, el cual puede ser "fructífero", según Saffari, debido a la semejanza climática y al potencial de consumo de la población.

Para establecer contactos comerciales en Irán, las compañías no precisan de una autorización, sino que "basta con que encuentren su mercado". De hecho, existe un organismo que facilita el proceso a aquellos interesados.

Actualmente, operan en Irán 2.000 empresas de España, entre ellas varias andaluzas que trabajan en el campo de la aceituna, el cual puede ser "fructífero", según Saffari, debido a la semejanza climática y al potencial de consumo de la población.

Para establecer contactos comerciales en Irán, las compañías no precisan de una autorización, sino que "basta con que encuentren su mercado". De hecho, existe un organismo que facilita el proceso a aquellos interesados.

Para establecer contactos comerciales en Irán, las compañías no precisan de una autorización, sino que "basta con que encuentren su mercado". De hecho, existe un organismo que facilita el proceso a aquellos interesados.

## MÁLAGA

# Muelle Uno reclama al Puerto casi 7 millones por impedir el supermercado

- La promotora recurrió el acuerdo de la Autoridad Portuaria que enterraba este establecimiento
- Las firmas privadas consideraban clave el proyecto para la viabilidad económica del centro



Cientos de malagueños pasean por el centro comercial Muelle Uno, en el puerto.

JAVIER RA BORGANA

Sebastián Sánchez MÁLAGA

La promotora del centro comercial del puerto de Málaga, Muelle Uno, mantiene vivo un contencioso administrativo y una reclamación por casi siete millones de euros contra la decisión del Consejo de la Autoridad Portuaria que impidió asentar un supermercado de la firma Carrefour en la esquina de los muelles 1 y 2. Una cuantía económica con la que, al parecer, sufragar los daños que a juicio de los actores privados del proyecto habría causado no contar con ese establecimiento, que consideran una pieza central del nuevo espacio ciudadano.

Así lo expusieron a este periódico varias fuentes próximas a la intervención, que indicaron que la acción judicial abierta por la promotora, de la que forman parte Myramar, Edipsa y Unicaja, entre otras firmas, puede datar de hace un par de años, en los meses posteriores al acuerdo adoptado por el consejo portuario, de diciembre de 2010. Este periódico quiso contar ayer con una versión de la promotora, sin que ello fuese posible.

La exigencia es una especie de espada de Damocles sobre la esta-

bilidad económica del Puerto, si bien en el seno del organismo, según las fuentes, existe tranquilidad sobre el recorrido de la demanda, al entender que los pasos dados en su días estaban perfectamente sustentados. A pesar de ello, esta demanda económica se mantiene activa en un momento en que Muelle Uno ha solicitado al Puerto ciertas facilidades para afrontar las obligaciones económicas que tiene contraídas por contrato y para allanar el camino que permita implantar una tienda de alimentación en la zona.

A mediados de noviembre fue el propio presidente del Puerto, José Sánchez Maldonado, el que informó a este periódico de la existencia de una petición por parte de los promotores de renegociar las condiciones del canon al que anualmente tienen que hacer frente. La posición del ente portuario es de acceder a negociar, si no una reducción de la cuantía, sí un aplazamiento de la misma. Pero todo ello, pasa irremediamente por la retirada del citado contencioso.

De acuerdo con la oferta seleccionada para la explotación de la que fue bautizada como nueva calle Larros, el canon a pagar a la Autoridad Portuaria cada año, du-

tante en plazo de 35, ronda los 800.000 euros, fruto de la mejora sustancial (30% de aumento) que realizó Udisa, que encabezaba la alianza empresarial cuando se produjo el concurso, sobre los 670.000 euros que se exigían en el pliego de condiciones. A ello hay que añadir un 5% de los resultados de explotación de los locales.

Pero el contexto económico se

## 800.000

Euros. Es el canon anual que tiene que abonar Muelle Uno por la concesión del espacio

está dejando sentir y mucho sobre Muelle Uno, al punto de que el propio presidente del Puerto llegó a hablar de "volumen de pérdidas significativo". Una muestra más que palpable es lo ocurrido con Unicaja, que participa en el proyecto a través de su filial inmobiliaria, Acinipo, con el 29% de la participación, y que, según publicó el diario *Expansión* el pasado 25 de octubre, tuvo en 2011 unas pérdidas de 550.000 euros con el proyecto del puerto. De extrapolar

este dato a la globalidad de la sociedad, los números rojos podrían elevarse a cerca de 1,6 millones de euros.

"Nos dijeron que las cuentas no les salen, que quieren volver a hablar con el Ayuntamiento, con nosotros y con la Junta", dijo Sánchez Maldonado, que se mostró dispuesto a analizar posibles vías alternativas para suavizar, en lo posible, el mal momento por el que atraviesa el centro comercial.

El rechazo formal del Puerto a la posibilidad de situar un supermercado en la denominada esquina de oro fue aprobado el 21 de diciembre de 2010, tras un amplio rechazo de numerosos colectivos de la ciudad. La justificación a la que se agarró el ente para avalar la decisión fue que la oferta comercial de la adjudicataria del muelle de La Farola no incluía este uso como locuotora del nuevo espacio.

Al tiempo, la Autoridad Portuaria se dotó de un informe de la Abogacía del Estado según el cual es el consejo de la institución el que dispone de la autoridad para tomar la decisión, una resolución con la que el ex presidente del organismo, Enrique Linde, quería anular cualquier vía de reclamación judicial por parte de la firma

afectada. El informe de la Abogacía del Estado concluía que con su apuesta por el supermercado, la concesionaria incumplía el pliego de condiciones, en cuyas cláusulas se determina que los usos a ejecutar "deben ser los contemplados en la oferta, en la que no se hacía de manera alguna referencia al uso alimentario". "Ser adjudicatario de la explotación no permite al concesionario introducir libremente cualquier uso comercial", añadía el documento, que apuntaba que si se admitiese que la empresa se desviara de los términos en que hizo la oferta, "se lesionarían los derechos de los terceros concurrentes que, al presentar su oferta, previeron el impacto negativo que tendría en la puntuación de sus ofertas la inclusión de un supermercado".

Hoy, según otras fuentes consultadas, se mantiene viva la opción de que el Muelle Uno sí cuente con una tienda de alimentación, aunque poco tendría que ver con el establecimiento que provocó la polémica. De hecho, las fuentes indican que una de las posibilidades pasaría por un establecimiento de unos 1.500 metros cuadrados, tipo *gourmet*.