

Departamento de Comunicación



cem

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA:

22 DE JULIO DE 2013

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA

C/ San Lorenzo 20, 29001 MÁLAGA - Tfno.: 952 06 06 23 - Fax: 952 06 01 40 - www.cem-malaga.es - e-mail: cem@cem-malaga.es

MUSEO CARMEN THYSSEN



Pedro Mansilla, Miguel Ángel Rodríguez, Enrique Loewe y Francisco González.



N. Sánchez, J. González de Lara, M. Ángel Rodríguez Pinto, J. Ferrer, L. Arybayos y J. Rubio.



A. Mendiz, R. Guijarro y M. A. Rodríguez Pinto.



Ana Montes, Mónica Alférez y Marta Sánchez.



Miguel Ángel Rodríguez Pintos y Francisco de la Torre.

LA ESCUELA ESCO ATERRIZA EN MÁLAGA

EL CODES

La Escuela Superior de Comunicación y Marketing (ESCO) presentó la pasada semana en Málaga sus másteres para el próximo curso, que se impartirán en su nueva sede, situada en la calle Marqués de Larios número 12. El aterrizaje de la empresa granadina en la capital malagueña tuvo como marco el Museo Carmen Thyssen, donde se celebró un evento de inauguración al que asistieron más de 200 personas, entre las que se encontraban representantes de las instituciones políticas, sociales y económicas de la provincia. El periodista Manuel Bayona fue el maestro de ceremonias de esta puesta de largo, que arrancó con la proyección del video 'Queremos verte', en el que se muestra la trayectoria de la Escuela. En la misma línea se situaron las palabras del director de ESCO, Miguel Ángel Rodríguez Pinto, quien subrayó que «en este recorrido hemos aprendido mucho y ahora empezamos una nueva etapa». «Queremos enriquecer el conocimiento», aseveró, a la vez que recalcó



Luis J. Pinto, Miguel Ángel Rodríguez y José Manuel Notario.

el lema de la ESCO, 'Duc in altum', que significa «rema mar adentro, contra la tempestad, luchando». Varios profesores que han impartido clase en los másteres a lo largo del curso 2012-2013 intervinieron para mostrar su apoyo en el acto de inaugura-

ción. Así, por ejemplo, el sociólogo, periodista y crítico de moda Pedro Mansilla destacó la importancia de «la pasión por el conocimiento». Por su parte, Enrique Loewe, fundador de la firma homónima, afirmó que la moda es «una llamada para buscar la be-



Miguel Á. Rodríguez, Damián Caneda, Carmen Casero y José M. Luna.

leza, el equilibrio y el buen gusto». A continuación, el presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga, Javier González de Lara, manifestó que «para Málaga hoy es un buen día, esta ciudad sigue siendo de oportunidades». Por último, el alcalde

de Málaga, Francisco de la Torre (quien fue obsequiado por Rodríguez Pinto con la imposición honorífica de una beca de ESCO), declaró que «estamos en una sociedad global y la población de Málaga está muy preparada para adaptarse a ella».

La CEA crea la figura del adjunto al presidente en el nuevo organigrama

Antonio Moya Monterde, hasta ahora adjunto al secretario general, asumirá la nueva responsabilidad

R. E. SEVILLA

La Junta Directiva de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), decidió ayer crear la figura del adjunto al presidente en el nuevo organigrama de la organización. Además, a propuesta su presidente Santiago Herro, acordó nombrar nuevos car-

gos representativos en el seno de su comité ejecutivo tras las bajas del tesorero y el contador de la organización empresarial andaluza, José Luis Haurie y Miguel González Saucedo.

La directiva ratificó una nueva estructura de la organización empresarial que "pivota en dos grandes bloques, uno de carácter institucional y otro dedicado a la prestación y gestión de servicios". Dentro de esta nueva estructura se ha creado la figura del adjunto al presidente, cargo que ha recaído en Antonio Moya Monterde, hasta ahora adjunto al

secretario general y que tendrá entre sus nuevas funciones "las relaciones institucionales con las administraciones públicas, Junta de Andalucía, Parlamento andaluz, organizaciones políticas y sindicales, así como otras entidades económicas, culturales y de la sociedad en general de la Comunidad andaluza". Igualmente, el adjunto al presidente tendrá bajo su responsabilidad la gestión de la comunicación interna y externa de la CEA, así como las funciones de portavoz.

En una nota, la CEA precisa que como nuevo tesorero ha sido designado Javier Sánchez Rojas, actual presidente de la Confederación de Empresarios de Cádiz (CEC). Por su parte, como contador asume esta responsabilidad Javier González de Lara Sarriá, presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM).

Málaga Hoy 20 JUL. 2013



ANDALUCÍA

La CEA nombra a Antonio Moya adjunto al presidente

REORGANIZACIÓN DE LA CÚPULA El puesto es de nueva creación. Apoyará a Santiago Herrero y tendrá como principal responsabilidad las relaciones institucionales.

L. Velasco, Sevilla

Las convulsiones internas que han venido sacudiendo a la CEA, agravadas por la extrema situación económica en la que ha desembocado la patronal, está teniendo repercusiones a todos los niveles. Después de realizar varios ERE, que han dejado la plantilla en unas 32 personas –menos de la mitad–, de la salida voluntaria de la gerente y de la reciente dimisión del tesorero y del contador, la organización empresarial ha acometido una reestructuración de su cúpula.

La decisión más importante, tomada por la junta directiva, ha sido la de crear un nuevo cargo, el de adjunto al presidente –Santiago Herrero–, que recaerá en Antonio Moya Monteverde. Hasta ahora, era adjunto al secretario general, que continúa siendo Antonio Carrillo.

Su principal función, indicaron ayer desde la CEA, serán “la relaciones institucionales con las Administraciones públicas, organizaciones políticas y sindicales, así como otras entidades económicas y culturales de la comunidad.

Igualmente, tendrá bajo su responsabilidad la gestión de la comunicación interna y externa, así como la portavocía.

Fuentes no oficiales de la CEA, destacan que es una



Antonio Moya ha sido nombrado adjunto al presidente, cargo que ocupa Santiago Herrero desde 2002.

La organización perdió 12,4 millones en 2012 y redujo su plantilla drásticamente

persona con mucha experiencia en duras negociaciones con la Junta de Andalucía y se espera que “baje más al ruedo para pelear los temas” que ocupan actualmente a la patronal.

El presidente de la patronal de Cádiz es el nuevo tesorero y su homólogo en Málaga, contador

Por otro lado, la junta directiva acordó nombrar nuevos cargos representativos en el seno de su comité ejecutivo tras las bajas del tesorero y el contador, José Luis Haurie y Miguel González Saucedo.

El primero será sustituido por Javier Sánchez Rojas, actual presidente de la Confederación de Empresarios de Cádiz (CEC), mientras que la responsabilidad del segundo la asumirá Javier González de Lara Sarriá, que ocupa idéntico cargo en Málaga (CEM).

En 2012, la CEA registró un déficit histórico de 12,4 millones, causado principalmente por la paralización del patrocinio de la Junta a programas de formación, que mientras en 2011 tuvo una dotación de 39,3 millones de euros, en 2012 no se firmó ningún convenio.

Una de las soluciones que se vienen manejando es hipotecar la sede de Cartuja93, algo que hasta ahora no han logrado, aunque al parecer podría cerrarse la operación próximamente con un grupo de seis bancos.

Málaga lidera con Barcelona la creación de incubadoras de empresas

► De la Torre inaugura la Píndola, el segundo centro dedicado a nuevos emprendedores que gestionará Promálaga

ISAAC PÉREZ MÁLAGA

■ El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, y la concejala de Economía y Hacienda, María del Mar Martín Rojo, inauguraron ayer el segundo centro de incubación de empresas gestionado por Promálaga. Con éste, la red municipal ocupa el segundo puesto en el ranking nacional, con diez centros para emprendedores, sólo superada por Barcelona.

Los proyectos de incubadoras de empresas, como Promálaga, forman parte del conjunto de organizaciones empresariales del ayuntamiento dedicadas a la promoción y desarrollo de empresas y actividades económicas o sociales que potencien la generación de empleo, riqueza y bienestar en la ciudad. Con estos

proyectos se facilita a los nuevos emprendedores la creación de empresas en unas instalaciones óptimas y un alquiler reducido para poder arrancar el negocio: estas empresas solo podrán disfrutar de este lugar de incubación durante tres años, prorrogable hasta cinco.

La Píndola, una hacienda rural andaluza original de principios del siglo pasado, cuenta con seis oficinas taller y espacios comunes destinados a la incubación de empresas que desarrollan actividades creativas y culturales. La rehabilitación de la finca para este nuevo uso ha supuesto una inversión por parte del Ayuntamiento de Málaga de 497.627 euros.

En la hacienda están alojadas en la actualidad cuatro empresas



Francisco de la Torre visita la exposición de Gaia Museum. ARCINIEGA

Promálaga alberga 232 empresas con capacidad para crear 617 puestos de trabajo para la ciudad

que ocupan cinco de los espacios disponibles, ya que una de ellas, Gaia Museum, ocupa uno para una exposición.

En los dos años de legislatura, el Ayuntamiento de Málaga ha puesto en funcionamiento cinco nuevas instalaciones de estas características: Promálaga Cruz de Humilladero, con capacidad

para nueve empresas, Coworking, con 61, Promálaga Virreina, con 11 proyectos empresariales y la Píndola, con seis empresas. Por otra parte, el centro Niño de Belén cuenta con diez organizaciones y Excelencia con 14 proyectos en incubación. A día de hoy, Promálaga alberga 232 empresas con capacidad para crear un empleo potencial de 617 puestos de trabajo.

Un centro con historia

La hacienda que alberga la Píndola ha sido rehabilitada y ahora presta un uso a los emprende-

dores que precisan de un lugar para iniciar sus proyectos.

La finca cuenta con una superficie total de 10.600 metros cuadrados, de los que 410 corresponden a la casa.

Ésta se encuentra constituida por dos cuerpos que se sitúan en una explanada a mitad de la cota de la parcela. Tras la reconstrucción de la hacienda, ofrece un entorno privilegiado que revela la importancia de su conservación como patrimonio de la ciudad. Su rehabilitación ha respetado el valor paisajístico de la zona y su arquitectura.



Consumo y gasto mensual de alimentos por habitante en Andalucía

DATOS DE 2012 COMPARADOS CON LOS DE 2008, AÑO DEL INICIO DE LA CRISIS

TOTAL	
VOLUMEN	GASTO PER CÁPIA
2008 453.041.900 kg.	159,03 €
2012 444.729.080 kg.	133,04 €
▼ -2 %	▼ -16 %

CARNE	
VOLUMEN	GASTO PER CÁPIA
2008 40.012.470 kg.	35,9 €
2012 41.147.490 kg.	33,1 €
▲ +2,8 %	▼ -6 %

PESCADO	
VOLUMEN	GASTO PER CÁPIA
2008 23.645.240 kg.	23,2 €
2012 21.775.700 kg.	19,6 €
▼ -8 %	▼ -8 %

PLATOS PREPARADOS	
VOLUMEN	GASTO PER CÁPIA
2008 8.591.620 kg.	4,38 €
2012 8.316.240 kg.	3,95 €
▼ -3 %	▼ -25 %

PATATAS Y HORTALIZAS	
VOLUMEN	GASTO PER CÁPIA
2008 25.716.550 kg.	2,3 €
2012 20.690.470 kg.	1,95 €
▼ -20 %	▼ -15 %

Los malagueños reducen más de un 16% su gasto mensual en alimentación por la crisis

► Un estudio del Ministerio de Agricultura revela que en 2008 cada persona desembolsó 159 euros mientras que en 2012 la cifra descendía a 133 euros ► Aumentan los kilos de comida que se consumen, pero con productos más baratos ► La Unión de Consumidores de Málaga asegura que cada vez son más los que se decantan por las marcas blancas a la hora de llenar el carro, un hábito que puede suponer un ahorro de más del 40 por ciento para las familias.



El pescado fresco es uno de los productos más dagnificados por la crisis. ARCINIEGA

Melanie Soler
MÁLAGA

@Melanie_Soler



■ Los efectos de la crisis se han trasladado de forma definitiva a la cesta de la compra de los ciudadanos de Málaga, que con salarios más reducidos y en muchas ocasiones sin pagas extra, miran cada vez más el precio y recurren a las marcas blancas. Un lustro después de que estallara la crisis económica, los malagueños han aumentando ligeramente el consumo de alimentos al mes pero con productos mucho más baratos y con una dieta menos equilibrada. En los últimos 5 años, el gasto mensual por persona en comida se ha reducido en casi treinta euros por habitante. En 2008, año de los primeros indicios de la recesión económica, cada residente de la provincia destinaba 159 euros al mes a comprar productos alimenticios. El pasado año solo se gastó una media mensual de 133 euros por persona. Esto unido al aumento casi de un 40% en el consumo de marcas blancas desvela que la crisis también está pasando de forma notable factura a los estómagos de los malagueños.

Estas son algunas de las cifras que recoge un estudio elaborado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Al estudiar los datos del trabajo sobre consumo alimenticio se observa que los consumidores han optado por comprar carne más barata, como es el caso del pollo o el conejo, y han cerrado el grifo a la adquisición de productos como el pescado fresco, marisco, los platos preparados, las bebidas alcohólicas o, incluso, las verduras.

Esta forma de comprar deja entrever una caída del 7,9 por ciento con respecto al volumen de pescado adquirido entre un año y otro. Aun así, no es el único producto que baja su consumo. Las patatas y hortalizas, el pan, la leche, vinos, bollería y platos preparados descienden con respecto al consumo que se hacía de ellos a finales de 2008. Tan solo sube la carne que supone en la actualidad el 23 por ciento del presupuesto destinado por parte de los malagueños a la compra.

El consumo del pescado fresco y los mariscos son los grandes castigados por la crisis. Cada vez se prescinde más de ellos y quedan relegados a ocasiones espe-

BOLLERÍA



	VOLUMEN	GASTO PER CÁPITA
2008	11.503.290 kg.	8,78 €
2012	10.913.400 kg.	7,34 €
	▼ -5 %	▼ -16 %

PAN



	VOLUMEN	GASTO PER CÁPITA
2008	33.181.210 kg.	9,3 €
2012	27.433.750 kg.	7,16 €
	▼ -17 %	▼ -24 %

LECHE



	VOLUMEN	GASTO PER CÁPITA
2008	49.289.040 kg.	6,3 €
2012	48.370.910 kg.	3,9 €
	▼ -2 %	▼ -38 %

VINOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS



	VOLUMEN	GASTO PER CÁPITA
2008	7.515.280 kg.	2,9 €
2012	6.702.640 kg.	2,3 €
	▼ -11 %	▼ -20 %

FRUTAS



	VOLUMEN	GASTO PER CÁPITA
2008	52.649.950 kg.	8,4 €
2012	51.241.180 kg.	7,6 €
	▼ -3 %	▼ -10 %

ciales como la Navidad. El consumo del lenguado es un claro ejemplo extrapolable a muchos de los productos de la mar. Si en 2008 se consumían más de 665.000 kilos de lenguado, la cifra cae vertiginosamente en 2012 a 278.000 kilos. Sin embargo, el gasto per capita sube de 0,7 a 0,31, lo que refleja el incremento en el precio final que ha sufrido este producto.

La dorada, las sardinas frescas, las gambas y langostinos, los berberechos e incluso los mejillones, uno de los productos más demandados, han visto mermado su consumo por el encarecimiento de los precios en los últimos años. Los propios vendedores de moluscos y pescados del mercado de Atarazanas aseguran que el marisco, si bien antes era ya considerado un producto *delicatessen*, ahora es prácticamente impagable.

La carne es la gran protagonista de las mesas malagueñas y es el único producto que ha aumentado su volumen de 2008 a 2012, pero descendiendo el gasto de 18 a 17 euros al mes.

El pollo y el pavo son los dos grandes beneficiados de la crisis ya que son los productos cárnicos que más se consumen, mientras que la carne de mayor calidad, y por tanto un coste superior, ha visto disminuido su consumo. La carne de cerdo ibérico, la paleta ibérica, el lomo embuchado o los salazones, son algunos de los productos afectados.

Datos provinciales

La Unión de Consumidores de Málaga destaca que las marcas blancas son cada vez más comunes en las despensas. La adquisición de estos productos pueden suponer un ahorro de más del 40 por ciento y, según encuestas, nueve de cada diez consumidores afirman que los adquieren cada vez con más frecuencia.

La subida del IVA también es un factor a tener en cuenta y desde la organización estiman que si el gasto medio de una familia de cuatro miembros está en torno a los 400 euros, con la subida del IVA pasó a medio plazo a un gasto mensual de unos 480 euros. Si bien los alimentos básicos como el pan, la harina, la fruta o las legumbres continuaron gravándose al cuatro por ciento, otros productos fundamentales en la dieta como la carne o el pescado, vieron incrementado su IVA en dos puntos, del ocho al diez por ciento.



Uno de los puestos de frutas y verduras que hay en el mercado de Atarazanas. ARCINIEGA

Mercado de Atarazanas. No hace falta más que dar una vuelta por los puestos para ver cómo la gente prescinde de productos que ahora considera de lujo para ir a por las ofertas. Preguntar el precio y escoger lo más económico está a la orden del día. El pollo y las verduras sustituyen al entrecot y pescado de hace unos años

El arte de comprar con lo justo

► Vendedores y clientes reconocen que los hábitos han cambiado de manera contundente a raíz de la crisis

MELANIE SOLER MÁLAGA

■ Fernando lleva más de 50 años al frente de un puesto de frutas y verduras en el mercado de Atarazanas y recuerda cómo hace unos años llegó a vender algún sábado 1.200 kilos de fresas, frente a los 300 o 400 que se venden ahora. «Eran otros tiempos, la gente compra menos y barato», resume el vendedor.

Aquello de comprar sin mirar el precio y preguntar al terminar cuánto es la cuenta, quedó atrás. Trini sabe muy bien lo que es ajustarse al presupuesto. Tiene un bar en Torremolinos y acude cada vez que puede a comprar al mercado ya que los precios son más económicos que en otros establecimientos. «Tengo el menú a siete euros así que imagina las vueltas que doy para comprar barato», resalta. El marisco ha quedado relegado a ocasiones especiales y las gambas, a pesar de ser una de sus debilidades, se ha convertido en un producto de lujo. La carne y verdura es lo que predomina en la dieta de esta mujer de 58 años.

Ricardo lleva 40 años vendiendo en el mercado central. Tiene un puesto dedicado a la carne y detalla sin ninguna duda cómo han cambiado los hábitos de los malagueños a la hora de comprar. El pollo, las hamburguesas, la carne picada, o el estofado son los grandes protagonistas de las listas de la compra. «Lo que hace unos años se acababa antes ahora es lo que sobra», detalla. El entrecot, las costillas o un buen solomillo son algunos de estos productos.

Mientras Ricardo explica cómo los espaguetis son desde hace un tiempo un plato muy socorrido en los hogares, Pilar y José María le piden aquello que se les antoja. Este matrimonio afincado en Madrid que veranea en Málaga reconoce que son unos afortunados y no han tenido que cambiar sus hábitos alimenticios a raíz de la crisis. Se sorprenden de los precios tan asequibles que hay en la costa frente a la gran capital pero saben de sobra que hay gente que lo está pasando mal. Entrecot de ternera, costilla de cordero, un redondo de ternera y morcilla de

REACCIONES

PUESTO DE FRUTAS

FERNANDO. 50 AÑOS.

«La gente compra menos y barato»

► Este vendedor lleva más de 50 años dedicado a la venta de frutas y verduras y recuerda como antes vendía hasta 1.200 kilos de fresas al día.

PUESTA DE CARNE

RICARDO. 61 AÑOS

«Lo que hace unos años se acababa antes, ahora sobra»

► El entrecot, las costillas o el solomillo son algunos de los productos que antes se vendían primero y ahora sobran con frecuencia.

CLIENTA

TRINI. 58 AÑOS.

«Tengo el menú a 7 euros e intento comprar barato»

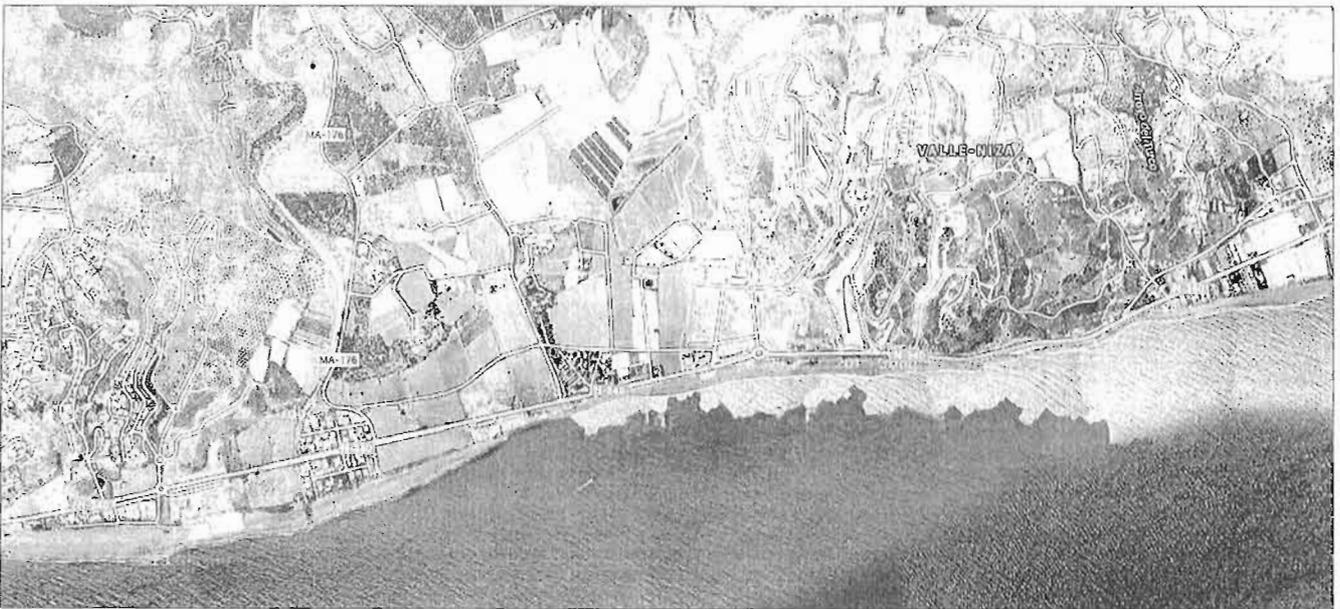
► Trini busca desde hace tiempo lo más económico. Tiene un bar en Torremolinos y las cuentas no le salen con estos precios.

la tierra de Pilar, Burgos, son los encargos que piden por unos 45 euros aproximadamente.

El pescado y el marisco son los grandes perjudicados de esta crisis. A pesar de ser productos más caros que la carne, la fruta y la verdura, en general, la subida de precios que se ha producido en los últimos años no ayuda a consumirlos más. Pilar de 56 años siempre acude con su lista y asegura que es la mejor forma para comprar y no caer en la tentación de llevar cosas innecesarias.

Sardinas a 3 euros el kilo o almejas a cuatro euros el kilo son algunos de los productos que merecen la pena comprar durante estos días frente a otros más desorbitados como cigalas a 54 euros el kilo o calamares a 18.

Antonio reconoce que su puesto es con seguridad el más caro de todo el mercado pero sus productos son frescos recién cogidos de Fuengirola y la Caleta de Vélez. «Nosotros vendemos primera calidad y eso se paga», destaca mientras atiende a aquellos que se lo pueden permitir.



Un total de 15 sectores urbanísticos situados a lo largo de los 22 kilómetros del litoral veleño han quedado bloqueados por la nueva normativa autonómica. GOOGLE MAPS

Afectados por el decreto del Litoral en Vélez plantearán demandas a la Junta

► El alcalde veleño, Francisco Delgado Bonilla, muestra a una veintena de propietarios de suelo los trámites jurídicos ya iniciados por el Ayuntamiento contra el nuevo marco legal ► Más de 2.000 viviendas en un total de 15 sectores, paralizadas

FRAN EXTREMERA VÉLEZ MÁLAGA

► @extremerafran

Una veintena de propietarios de suelo, representantes de la mayoría de los 15 sectores de la costa veleña afectados por el decreto del Litoral, se han reunido con el Ayuntamiento de la capital axarquica para conocer los informes jurídicos que ya han empezado a elaborar los técnicos municipales contra la nueva normativa autonómica y expresar su intención de plantear demandas contra la propia Junta.

Dicho marco urbanístico, como remarca el propio Consistorio, va a dejar como no urbanizables terrenos donde ya estaban iniciados los procedimientos para construir cerca de 2.200 viviendas en núcleos del litoral como Chilches, Benajárfate o Niza Beach, entre Torre del Mar y el límite con Rincón de la Victoria; o también en Lagos, en el extremo oriental, situado en las cercanías de la localidad torroxeña de El Morche.

Llama especialmente la atención que el Decreto afecte incluso a espacios fijados en el marco del POT-Axarquía como «polos de dinamización turística». Es el caso del macroproyecto Playa Fenicia, impulsado por el anterior gobierno socialista en el Consistorio veleño, que fijaba el desarrollo de un total de 1.500 viviendas y más de 5.000 nuevas plazas hoteleras para un término que aspiraba así a convertirse en un «nuevo referente turístico para Andalucía», como remarcaban los propios dirigentes

LAS CLAVES

INSEGURIDAD JURÍDICA

Los propietarios plantean que este marco les deja en el «limbo»

1 El decreto del Litoral establece como suelo no urbanizable las fincas de hasta 15 sectores costeros de Vélez Málaga que hasta ahora han tributado con la calificación de suelo urbanizable. Para los afectados, sus terrenos quedan en un «limbo».

VIVIENDAS SIN DESARROLLAR

El Ayuntamiento subraya que se dejan de crear unas 2.200 casas

2 La normativa afecta en el término veleño a suelo de Chilches, Benajárfate, Niza Beach, Almayate o Lagos donde estaba prevista la construcción de alrededor de 2.200 viviendas, según figura en los informes municipales.

DEMANDA COLECTIVA

Aunarán fuerzas para demandar a la Junta de Andalucía

3 Una veintena de representantes de los propietarios de los terrenos reseñados acaban de recibir asesoramiento del Consistorio para aunar fuerzas en una próxima demanda ante la Junta de Andalucía.

EL PROYECTO ESTRELLA

El bloqueo a Playa Fenicia, donde están previstas unas 1.500 casas

4 Playa Fenicia es uno de los macroproyectos afectados. En su suelo hay programadas 1.500 viviendas y 5.000 plazas de hotel.

El Consistorio prestará apoyo a los dueños de terrenos en las reivindicaciones planteadas contra el decreto del Litoral

municipales al presentarlo en una edición de la feria turística Fitur.

Varios de los propietarios consultados por este periódico mostraban el pasado viernes su asombro, ante lo que calificaban como «medida insultante». Existen proyectos ya aprobados por la Junta en febrero de 2009 para la construcción de un importante cupo de nuevas viviendas en Chilches. Ahora ninguna se podrá construir,

pese a que se han «invertido importantes cantidades en proyectos y desarrollos», por los que ahora se exigirán «compensaciones económicas, que en algunos casos sólo servirían para no quebrar».

«Década y media de espera»

Los actuales responsables municipales reconocen que existen casos realmente «insultantes». Es lo que ocurre en Benajárfate, «donde hay suelos cuyos trámites para edificar nuevas viviendas comenzaron en 1999. Se han recibido numerosos informes de la Junta con posterioridad, aceptando los desarrollos. Pero a la vez se ha prorrogado en algunos casos la espe-

ra, con aspectos inexplicables. Ante esperas tan prolongadas, de década y media de trámites, ¿cómo puede asumir ahora el propietario que su finca va a perder la condición de urbanizable?», argumenta el regidor, Francisco Delgado Bonilla (PP).

La concejala de Urbanismo e Infraestructuras, Concepción Labao, recuerda que de los 15 sectores directamente afectados por el decreto del Litoral un total de seis estaban justo en la recta final para su aprobación definitiva, de manera que para determinados promotores ha supuesto un «verdadero jarro de agua fría». Y con «cuantiosas cantidades ya invertidas».

PLANTEAMIENTO DEL ALCALDE



Delgado Bonilla: «No pagaremos los errores de la otra Costa»

► El alcalde de Vélez Málaga, Francisco Delgado Bonilla (PP), se muestra tajante respecto a un decreto del Litoral «que parece que ha nacido como respuesta a la Ley de Costas que garantiza unos derechos históricos a las familias». Argumenta que bloquear urbanísticamente proyectos «ya en marcha» a lo largo de «kilómetros y kilómetros» es un «ata-

que a la autonomía municipal por parte de la Junta».

«Si comparamos esta situación con un partido de fútbol, aquí la Administración regional ha cambiado todas las reglas a mitad del partido. Hay muchas familias que han invertido todos sus ahorros en suelo cuyos impuestos han pagado durante muchos años como urbanizable. ¿Se les va a indemnizar por todo el daño que ahora se les hace?», señala. Y apunta además que la Axarquía «no pagará los errores de la otra Costa con iniciativas de este calibre. La responsabilidad o negligencia en la Costa del Sol Occidental no va a convertirnos en la gran reserva de oriente».

Para el regidor veleño, la Junta con medidas como el decreto del Li-

toral «querrá seguramente vernos como hace medio siglo, con camiones en los pies y viendo, mientras recolectamos las aceitunas, cómo van pasando los turistas hacia otras localidades de Andalucía». Delgado Bonilla, que acaba de reunirse con una veintena de propietarios de los sectores afectados en su municipio por la nueva normativa autonómica, sostiene que la «imagen exterior» vuelve a quedar gravemente dañada. «Someter a los inversores a este tipo de normas, que fomentan la inseguridad jurídica de una forma extraordinaria, nos sitúa en el ámbito de las repúblicas bananeras», agrega. No obstante, espera que antes de resolverse el asunto en los tribunales, «pueda haber una solución negociada». F. E. VÉLEZ MÁLAGA



FRANCISCO J. LARA Decano Colegio Abogados
La batalla entre la Agencia Tributaria y la institución que aglutina a los abogados malagueños ha suscitado un debate jurídico inédito: la labor del órgano fiscalizador frente al derecho al secreto profesional

«¿Inspeccionan a un letrado o a la abogacía en general?»

MARTA S. ESPARZA / Málaga
El pasado mes de mayo la Inspección de Hacienda presentó en el Colegio de Abogados de Málaga un requerimiento solicitando en diez días información sobre todos los dictámenes de honorarios profesionales del año en curso y de los cuatro ejercicios anteriores. A juicio del decano de la institución, Francisco Javier Lara, la medida carece de sustento legal.

Pregunta.— ¿Están tratando de eludir el control de Hacienda?

Respuesta.— No. Yo como contribuyente cumplo puntualmente con mis obligaciones fiscales, y quiero que el resto de los contribuyentes haga lo mismo. Si Hacienda me dice que está inspeccionando a un letrado y pide información lo comprendo, pero no se puede llegar al Colegio a pedir indiscriminadamente información sobre todos los abogados, sea trascendente o no. Eso es una inspección sin amparo legal. ¿Están inspeccionando a un abogado o a la abogacía en general?

P.— El interés por los dictámenes sobre honorarios puede deberse al deseo de casar esos datos con las declaraciones al fisco...

R.— Pero los dictámenes que aprueba el Colegio no devengan minutos. Son meros informes no vinculantes. Lo único vinculante

son las resoluciones del secretario judicial, que si devengan los honorarios del pleito. Creo que la Agencia Tributaria haría mejor las cosas si acudiera a los juzgados a pedir esa información. Los secretarios cuentan con una información muy detallada, que además está informatizada en el sistema Adriano.

«La Agencia debería pedir esa información a los secretarios judiciales»

«Los abogados deben pagar como todo hijo de vecino, pero con garantías»

P.— ¿Ustedes han planteado algún recurso o reclamación contra este requerimiento?

R.— Hemos presentado una reclamación económico-administrativa ante el tribunal económico-administrativo de Málaga, encargado de resolver cuestiones relacionadas con la Agencia Tri-

butaria.

P.— Pero puede parecer que ustedes no desean que la Agencia Tributaria haga su trabajo...

R.— Yo no soy un experto fiscalista, pero el asesor del Colegio nos dijo que no teníamos obligación de facilitar esa información. Esa petición incumple la Ley General Tributaria. Nosotros tenemos además información con datos personales sobre la que pesa el secreto profesional y la Agencia Tributaria no puede entrar ahí. Yo pago mis impuestos y quiero que todo el mundo pague, y los abogados deben pagar como todo hijo de vecino, pero con unas garantías. El Colegio debe velar por el cumplimiento de la legalidad.

P.— ¿Está incumpliendo la Agencia Tributaria la legalidad?

R.— Una inspección indiscriminada como ésta es una inspección sin amparo legal. Eso por no hablar de las entradas en los despachos de inspectores de Hacienda, que llegan con un informático para copiar el disco duro. Eso es un registro en toda regla, y en España actualmente no puede hacerse un registro por las braves, hace falta una autorización judicial.

P.— ¿Qué actitud ha adoptado el Colegio ante estas entradas en los despachos?

R.— Hemos solicitado un dicta-



El decano del Colegio de Abogados de Málaga, Francisco Javier Lara. / E.M.

menal al catedrático de Derecho Administrativo de la Universidad de Málaga Ángel Sánchez Blanco, y su conclusión es clara: hace falta una orden judicial para entrar así en los despachos. Con ese dictamen hemos asesorado a los colegiados haciéndoles ver que pueden oponerse a este tipo de visitas, que, por cierto, cesaron cuando el

tema apareció en la prensa.

P.— ¿Hay precedentes de hechos similares en otros colegios?

R.— Sí. Y ha habido actitudes de todo tipo. Desde colegios que han optado por entregar la información hasta otros que quieren copiarlos. Pero el primer colegio que se ha opuesto ha sido el de Málaga.

EX LEGE

JOSÉ LUIS PALMA

Agribusiness y nueva cadena alimentaria

Cada vez más acostumbrados a neologismos y nuevos usos de viejas palabras debemos añadir un concepto sobrevenido a nuestra terminología habitual, dando entrada a la expresión *agribusiness* o 'agronegocios'. Mucho más cuando una nueva ley que ve la luz estos días acaba de consagrar de hecho importantes novedades en el campo de dichos agronegocios o, mejor aún, de la cadena alimentaria.

Finalmente confirmadas por el Congreso de los Diputados las modificaciones introducidas por el Senado, estos días alcanza el Boletín Oficial del Estado una nueva regulación de un viejo problema, adomado con matices de actualidad. Vamos a verlo todo por orden. La así denominada Ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria está llamada a alcanzar un lugar preeminente en el programa normativo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (no se

pierda nunca de vista el orden de las palabras que denominan al Departamento y su colocación actual, frente a lo que fue el anterior Ministerio de Medio Ambiente, y de Medio Rural y Marino).

El sector agroalimentario ofrece perfiles que lo hacen no ya económicamente atractivo sino coyunturalmente casi heroico: ha sido prácticamente el único (junto con el turístico) que no ha sido sustancialmente afectado por la crisis, manteniendo e incluso aumentando su facturación en ciertos segmentos de negocio especializado de cada vez más alto valor añadido. La Ley se hace eco de este significativo dato y le da la relevancia que tiene, que no es poca.

Nuestros agricultores y empresarios agrícolas y de la distribución alimentaria (que cada vez unos y otros están más entrelazados) pueden estar realmente orgullosos de ellos mismos. La durísima reconversión demográfica del campo con la consiguiente especialización productiva (algún día se escribirá muy a fondo sobre como el sector primario ha pasado de ser más del 50 % de la población activa de España a menos de 4 % en algo menos de medio siglo sin que haya una revolución social), la reordenación de las cadenas de producción y transformación de la industria agroalimentaria y la decidida vocación internacional histórica de nuestra agricultura (curiosamente descubierta ahora

por los demás sectores económicos como si fuera algo novedoso, cuando los vinos, hortalizas y cereales españoles están en el exterior hace siglos y muy intensamente en las últimas décadas), son algunos de los cimientos sobre los que la nueva Ley halla su base más firme.

La norma, que entrará en vigor en 5 meses, atiende al reforzamiento de diversos extremos

Las transacciones de más de 2.500 euros que no se paguen al contado deben ser con contrato escrito

de la cadena alimentaria, tan heterogéneamente compuesta por pequeñas empresas y productores muy atomizados junto a grandes cadenas de distribución, buscando reforzar la transparencia y la seguridad jurídica en el funcionamiento del sistema. No parece descabellado potenciar los elementos de certeza en un ámbito poblado de tales asimetrías.

Uno de los puntos destacados lo constituye la obligada sujeción a contrato escrito de las transacciones comerciales de más de 2.500 euros que no se paguen al contado. Parece una

buena medida —quizás sorprenda que no existiera con anterioridad— el que tales negocios jurídicos se hagan por escrito. Se complementa con algo tan razonable como un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria. En esa misma línea protectora se inscribe la prohibición de determinadas prácticas comerciales abusivas como la modificación de contratos, los pagos comerciales no previstos en el contrato o el incumplimiento de plazos de pago de la legislación de morosidad.

Junto a una nueva regulación sectorial de ciertos aspectos de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias y en la línea vigilante que suele ser práctica habitual en la técnica normativa más reciente se inserta la creación de un Observatorio de la Cadena Alimentaria y una Agencia de Información y Control Alimentario para vigilar las prácticas comerciales que puedan ser consideradas abusivas y desleales. Se completa la norma con un catálogo de infracciones y sanciones que ofrece entrada a los nuevos tipos de conductas y obligaciones contenidas en el texto. Como consumidores que somos todos, y en nuestra condición de extremo último de la cadena alimentaria, seguro que nos beneficiamos de las mejoras.

José Luis Palma es socio de Gómez Acebo & Pombo Abogados y letrado del Consejo de Estado.

La campaña publicitaria de Andalucía no supondrá «un viraje brusco»

► Catorce empresas de toda Europa aspiran al concurso público presentado por la Junta de Andalucía

EFE MÁLAGA

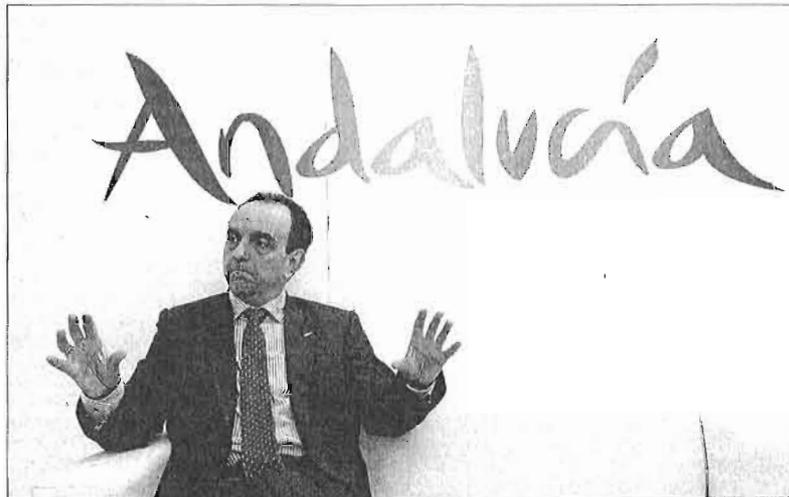
La nueva campaña publicitaria de Andalucía que prepara la Consejería de Turismo de la Junta ahondará en la imagen «consolidada» del destino turístico, sin hacer «un viraje brusco», según el titular del departamento, Rafael Rodríguez. Catorce empresas de toda Europa se presentaron al concurso público convocado por la Consejería, documentación que se va a estudiar en los próximos meses.

Rodríguez cree que «sería absurdo generar un nuevo escenario sin aprovechar lo que ya hay» porque Andalucía cuenta con una imagen «consolidada», y, dada la diversidad de la oferta, la «mejor promoción» es que se conozca «tal y como es», opinó el consejero. Ello implica mostrar todos los segmentos turísticos y hacer hincapié en las experiencias que ofrece una comunidad «acogedora y moderna», explicó. Andalucía, la comunidad española líder del mercado turístico nacional y cuarta en turismo internacional, renovará la creatividad vigente desde 2008 bajo el paraguas Andalucía te quiere.

Promoción

El concurso de servicios para la creatividad, producción de la campaña y la selección de empresas para desarrollar las acciones promocionales y de comunicación fue licitado por 661.157,02 euros. En el pliego de condiciones se apuesta por presentar una comunidad vanguardista «alejada de los tópicos» que en nada le han ayudado» y con líderes de opinión en todos los campos sociales, pionera en diversos sectores de actividad y más aún en turismo.

Se hace hincapié además en



El consejero de Turismo posa ante la marca turística de la región. GREGORIO TORRES

«Sería absurdo generar un nuevo escenario sin aprovechar lo que ya hay», asegura Rafael Rodríguez

En el pliego de condiciones se apuesta por presentar una comunidad vanguardista «alejada de los tópicos»

que la propuesta refleje la diversidad de Andalucía y la calidad de todos sus productos turísticos, la riqueza y posibilidades de las ocho provincias, y que preste atención a la profesionalidad de los trabajadores del sector turístico andaluz.

Uno de los objetivos es que la comunicación gire alrededor de la certeza de que el turista podrá encontrar en la región todo lo

que busca, ya que es un destino único que colmará sus expectativas de viaje y donde podrá ser feliz durante cualquier periodo del año.

Entre los años 1997 y 1998 se ejecutó una campaña bajo el lema Andalucía sólo hay una que mostró la comunidad como un conjunto de ocho provincias, con el eje De todo lo que quieras, Andalucía tiene por lo menos el doble, y en su creatividad usó palabras con dos significados y dos ofertas turísticas diferentes.

Entre 1998 y 2001, bajo el mismo concepto de Andalucía sólo hay una se hizo hincapié en la riqueza, pluralidad y contraste de su oferta, y en el año 2002 se pasó a concebir un destino tan intenso y de tantas posibilidades que cada visitante tiene uno propio, por lo que se le agregó al

lema las palabras La tuya.

En 2004, se apostó por una comunicación más emotiva e intimista que supuso el nacimiento del reclamo Andalucía te quiere, en el que tuvo un papel fundamental la música (Chambao), que se renovó en 2008 al hablar el destino en primera persona y modificar la canción (*Can't take my eyes of you*), campaña que ha estado vigente hasta la fecha actual con ligeros retoques.

En el ámbito autonómico la primera campaña dirigida a promover los desplazamientos internos se hizo en el año 1998, con el lema Muchos visitantes conoce bien Andalucía. Y tú ¿Conoces tu tierra?, a la que siguieron en 2008 otras con los eslóganes Andalucía es tu casa y en 2011 El mejor anfitrión de Andalucía eres tú.

El Patronato promociona la Costa del Sol como destino de golf en verano

EUROPA PRESS MÁLAGA

El Patronato de Turismo ha lanzado una campaña para promocionar la Costa del Sol como destino para la práctica del golf durante el verano, que se considera temporada baja en este deporte. Especialmente quieren impulsarlo entre los viajeros procedentes de España. El segmento de golf ha tenido un repunte del cinco por ciento en el primer semestre del año y se espera que siga incrementándose en la segunda parte de 2013, indicó el presidente del Patronato, Elías Bendodo, quien incidió en que no hay que bajar la guardia «sino intensificar la promoción».

Esta campaña, que es online y offline, se llevará a cabo en medios de comunicación especializados y en los canales que comercializan la oferta de la Costa del Sol; además de estar presente en redes sociales. El objetivo es captar jugadores, sobre todo de Madrid y el norte de España, a los que se les invita a disfrutar de las instalaciones y de la meteorología. El Plan de Acción contempla 38 intervenciones sobre este segmento, cinco en origen y 33 en destino, además de las 17 multisegmento. Con esta campaña se quiere sumar para incrementar la demanda de práctica de este deporte, «que goza de una buena salud y es un pilar básico de la primera industria económica de la provincia». Con esta iniciativa se pretende «optimizar recursos y lograr mejores resultados pues está claro que los campos de golf de la costa tienen capacidad para recibir un incremento de turistas». En esta época el principal competidor de la Costa es el norte de Europa y es precisamente durante el verano cuando los turistas internacionales, que son mayoría en el destino Málaga para la práctica del golf, vuelven a sus países para jugar allí.

El juez paraliza el pago del alquiler del hotel Cervantes para permitir su viabilidad

► El inmueble pertenece a Clesa, que al igual que el establecimiento hotelero está en concurso de acreedores

EUROPA PRESS MÁLAGA

El Juzgado de lo Mercantil número 1 de Málaga ha paralizado el pago del alquiler que la explotadora del hotel Cervantes del municipio malagueño de Torremolinos, Europa Center, tenía que abonar a la propietaria del edificio, Clesa. Ambas empresas, que están en concurso de acreedores, pertenecen al entramado de Nueva Ru-

masa, de la familia Ruiz Mateos. El no afrontar el dinero, de cuatro millones de euros anuales, está permitiendo que el hotel sea viable, sufragándose las nóminas de sus casi 200 trabajadores, la Seguridad Social, Hacienda y a proveedores.

Las entidades formaban parte del mismo entramado societario, de hecho, el auto del juez, al que ha tenido acceso Europa Press, refleja que «nadie se alquila a sí mismo», además de considerar la renta de cuatro millones «fuera de mercado y de todo criterio de razonabilidad». De la misma, recuerda que la administración concursal nunca lo ha abonado ni ha

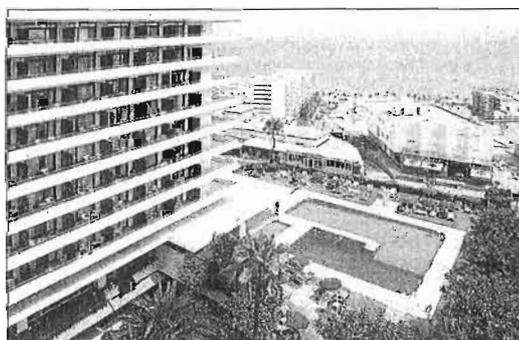


Imagen del Hotel Cervantes, en Torremolinos. LA OPINIÓN

sido reclamada por la mercantil Clesa. Este establecimiento es uno de los que más ocupación tiene de la provincia con una media de entre el 85 y el 90% los 12 meses del año, según la secretaria general de Comercio, Hostelería y Turismo de

CCOO en Málaga, Lola Villalba, quien señaló que es viable gracias a que no está abonando el alquiler.

Fuentes judiciales indicaron a Europa Press que la explotadora y propietaria en su día de este establecimiento es Europa Center,

sin embargo, se realizaron una serie de transmisiones entre otras empresas del grupo Nueva Rumasa aunque «de forma ficticia» puesto que nunca se abonó ni se solicitó ningún dinero, sino que «era un maquillaje para obtener beneficios fiscales».

Un informe de la Agencia Tributaria determinó estas prácticas, que se pusieron en manos del ministerio fiscal, que presentó una denuncia por ello. La administración concursal de Europa Center ha mantenido siempre que los cambios de titularidad que se realizaron no fueron reales y que a pesar de los años sigue siendo la explotadora del hotel. Este establecimiento cuenta con una plantilla de trabajadores estable e incluso a pesar del concurso de acreedores «siempre está lleno y son muchas las veces que trasladan clientes a otros hoteles de la zona», recalcó Villalba.

LA SENTENCIA
IGNACIO GALLEGO
DOMÍNGUEZDEUDAS
SOCIALES

La Ley de Sociedades Anónimas de 1989 y la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada de 1995 consagraron la responsabilidad solidaria de los administradores por «todas» las deudas sociales en los casos en los que ante la concurrencia de una causa legal de disolución hubieren incumplido la obligación de realizar actuaciones tendientes a la disolución de la sociedad en los términos que concreta la citada Ley.

La Ley 19/2005 reformó ambos textos limitando dicha responsabilidad a las obligaciones sociales «posteriores» al acaecimiento de la causa legal de disolución, redacción que es hoy la presente en el TR de la Ley de Sociedades de Capital de 2010 (art. 367).

En el caso resuelto por la sentencia del Tribunal Supremo de 21 de junio de 2013, se planteaba si la limitación de 2005 podía ser aplicada retroactivamente, de modo que los administradores no responderían de deudas anteriores al acaecimiento de la causa legal de disolución, aun habiendo nacido las mismas antes de la reforma de 2005.

El TS, partiendo de la consideración de no tratarse de una norma de naturaleza sancionadora, entiende que la misma no es aplicable retroactivamente. Si por el contrario se hubiere considerado la norma como sancionadora, hubiera sido de aplicación la limitación de responsabilidad al regir el principio de retroactividad de las disposiciones sancionadoras más beneficiosas.

Realizado por:

Martínez-Echevarría, Pérez y Ferrero Abogados

Malacat extrae todo el jugo al negocio de los catalizadores

La empresa, con sede en Pizarra, lidera el reciclaje de estas piezas, que contienen metales preciosos. Cuenta con oficinas en España, Holanda y Rusia

INDUSTRIA



© economiadiariosur.es

MÁLAGA. «Para extraer un gramo de platino en la naturaleza hay que remover unas diez toneladas de tierra, pero un catalizador usado puede llevar uno o dos gramos de platino». Yuriy Borshch, gerente de Malacat (Malacitana de Catalizadores), explica así la importancia del negocio surgido en los últimos años en torno al reciclaje de estas piezas, que forman parte de la maquinaria de todos los coches y tienen por objetivo reducir la toxicidad de los gases que expulsaba el vehículo.

Fue en 2005 cuando este emprendedor de origen ucraniano vio las oportunidades que ofrecía este mercado y montó en Málaga su actual empresa, que en poco tiempo se ha consolidado como una de las compañías líderes en un sector tan específico.

Después de empezar con solo cuatro trabajadores, Malacat se ha convertido en un pequeño imperio con una veintena de empleados, y que cuenta con delegaciones en Madrid, Barcelona, Gijón, Amsterdam y San Petersburgo. «Somos los primeros del mercado en España, con unos 380 proveedores», afirma el



Yuriy Borshch, gerente de Malacat, y su socio, Andrej Epifanov, en las oficinas de Malacat, en Pizarra. :: J. J. B.

gerente. Malacat, que tiene su sede en Pizarra, factura alrededor de 12 millones de euros anuales.

Bolsa de Londres

Concretamente, la compañía se dedica a adquirir catalizadores procedentes de centros de tratamiento autorizado de vehículos, desguaces o mayoristas, y a extraer de esas piezas los metales preciosos que contienen, los cuales después vende a través de un 'broker' autorizado para operar en la Bolsa de Londres. Cada catalizador posee una determinada cantidad de paladio, rodio o platino. Este último, por ejemplo, es un material treinta veces menos abundante que el oro.

Para sacarlo, en las propias instalaciones de Malacat se

LAS CLAVES

► **Catalizador.** Pieza con forma cilíndrica situada junto al tubo de escape del coche y que elimina parte de los gases tóxicos en la combustión.

► **Metales.** Todos los catalizadores contienen platino, paladio y rodio, que pueden extraerse mediante un complejo proceso industrial.

► **Precio.** Debido a la presencia de metales preciosos, su coste puede ir desde los 300 a los 3.000 euros.

procede a aplicar un tratamiento primario, por el que se obtiene un polvo que se analiza a través de equipos especiales

para averiguar la cantidad exacta de cada uno de estos metales. Para ello, cuentan con un laboratorio, maquinaria, computadoras y operarios especializados de diferentes nacionalidades. Después, el material se envía a Chimet, refinería italiana que es una de las pocas empresas que hay en Europa capaces de separar y extraer los elementos utilizados en la fabricación de los catalizadores, según relata Yuriy Borshch.

El precio va siempre en función de lo que marca la bolsa. Por eso, el gerente de Malacat consulta permanentemente los índices, e incluso cuenta con una aplicación en el móvil que indica en tiempo real los valores del platino, el rodio y el paladio. Borshch indica en este sentido que se tra-

ta de un negocio muy sometido a los vaivenes del mercado y a las influencias externas: «Por ejemplo, siempre que hay una catástrofe natural, baja la bolsa de los metales». No obstante, desde la crisis financiera mundial de 2008, que supuso una caída brutal, estos valores han ido experimentando una subida más o menos constante.

Su principal competencia está en el mercado negro. En los últimos tiempos se han disparado en España los robos de catalizadores, que después son vendidos a bandas o intermediarios que se dedican al tráfico ilegal. «Se dice que los catalizadores son como otra droga», señala el gerente de Malacat, de las pocas empresas autorizadas para comerciar en esta industria.

La empresa de acristalamientos Lumon inaugura nueva sede en Málaga en su vigésimo aniversario

REDACCIÓN

MÁLAGA. La empresa malagueña Lumon Cristales España, perteneciente a la multinacional finlandesa Lumon, inauguró esta semana sus nuevas oficinas en la capital, ubicadas en el polígono industrial Santa Bárbara. Las instalaciones, que también cuentan con un 'showroom',

se han estrenado coincidiendo con el vigésimo aniversario de la firma en Málaga.

Lumon es una empresa multinacional cuya central española se encuentra en Málaga desde hace veinte años. En este tiempo ha generado más de medio centenar de empleos directos y unos 300 indirectos en su red de dis-

tribución, según destacan fuentes de la compañía. Al ser el cuartel general a nivel nacional, la sede malagueña alberga a lo largo del año numerosos eventos y cursos de formación.

La firma presume de haber «revolucionado» el concepto de cerramientos de los espacios exteriores de las vi-

viendas, pasando a los acristalamientos que permiten el aprovechamiento de zonas descubiertas de una forma «funcional, resistente y sin romper la estética». Lumon es además fabricante de sus productos, lo que según sus responsables «ofrece una garantía adicional», ya que controlan todo el proceso de

creación, distribución e instalación. Su apuesta por la investigación y el desarrollo para introducir mejoras en sus productos la ha llevado a alcanzar la sexta generación de acristalamientos.

La firma asegura contar con la categoría crediticia AAA, una distinción «que sólo se concede a las empresas más sólidas y con capacidad para hacer frente a sus compromisos financieros, algo que en Europa sólo logra un 4% de las empresas existentes», según destacan sus portavoces.

Susana Díaz, proclamada oficialmente candidata a la presidencia de la Junta

El Comité Director, que se celebrará el próximo miércoles, será el último paso para su ratificación definitiva

EUROPA PRESS

SEVILLA. La Comisión de Garantías Electorales Regional del PSOE de Andalucía procedió ayer a la proclamación definitiva de Susana Díaz Pacheco como candidata, resultando ya oficiales y definitivos los datos del recuento y la validación de avales al haber finalizado el plazo de 48 horas para la presentación de recursos y alegaciones. Cerrado ya ese plazo, la comisión ha certificado el apoyo de 21.179 militantes a Susana Díaz, quien fue la única aspirante que su-

peró el mínimo exigido del 15 por ciento de la militancia. La Comisión de Garantías Electorales Regional ha remitido el acta de resultados al Comité Director, que en su reunión del próximo miércoles 24 de julio será el órgano encargado de proclamar definitivamente a Susana Díaz candidata del PSOE de Andalucía a las próximas elecciones de la Junta.

El vicesecretario general del PSOE andaluz, Mario Jiménez, valoró el proceso indicando que la «militancia socialista se ha expresado libremente y ha aportado fuerza y estabilidad al proceso». «La decisión de la militancia es inapelable», afirmó Jiménez, que manifestó que «el PSOE andaluz ha dado un paso que va a marcar el futuro de las organizaciones políticas de Andalucía y de España». Para Mario Jiménez, «el PSOE de Andalucía es el partido más demo-

crático de toda Andalucía» y se mostró «orgullosa del PSOE, que ha dado muestra de una enorme fortaleza».

De los cuatro aspirantes, la consejera de Presidencia ha sido la única que ha conseguido el apoyo suficiente de la militancia del PSOE-A para ser proclamada candidata. De

hecho, sobrepasó con creces los 6.860 avales que representaban al 15 por ciento del censo alcanzando, presentando un total de 21.179 apoyos. Frente a ella, el militante de Torroja (Málaga) Marcos Antonino Encinas, presentó 47 y le avalaron 46.

Los otros aspirantes

Con todo, la tarde del 17 de julio fue emocionante. A pocos minutos de que se cerrara el plazo de presentación de avales, a las 20.00 horas, el alcalde de Jun (Granada), José Antonio Rodríguez, entraba en la sede regional de los socialistas andaluces asegurando que traía contabilizados casi 6.500 avales y que, en el camino desde Granada a Sevilla en su propio coche, había ido recogiendo algunas decenas más cuya cifra desconocía.

Finalmente, después de media hora reunido con los miembros de la Comisión de Garantías Electorales, aseguraba a los medios de comunicación que se había quedado a «196 avales» de llegar a los 6.860 requeridos. Al día siguiente, le llegaban otros 300 que le hubieran permitido, en caso de que fueran certificados como válidos, enfrentarse a Díaz en las urnas.

También aquella tarde el consejero de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, Luis Planas, se retiraba del proceso afirmando que sólo había conseguido 4.500 avales y lamentando que las normas que han regido las primarias no se hayan «aplicado de forma más flexible», lo que, a su juicio, hubiera permitido «un juego democrático más amplio, que es lo que los militantes socialistas querían».

Pese a estas críticas, el PSOE-A ha venido advirtiendo desde entonces que no se podía dudar del «veredicto» de los militantes del partido ni del «proceso profundamente democrático y respetuoso» abierto en el seno de su partido, donde todos «se han podido expresar voluntariamente sin ningún tipo de coacción o influencia». La propia Díaz ha defendido estos días «la legitimidad» de su elección por parte de la militancia aunque no haya habido finalmente ni urnas ni voto secreto. «Han tenido una oportunidad que muchos otros antes no habían tenido. Y me siento contenta y responsable de gestionar esta marea de ilusión, de fuerza, ganas y talento», ha dicho.

La Comisión de Garantías Electorales del PSOE-A certifica el apoyo de 21.179 militantes a su candidatura



Susana Díaz, esta semana tras conocer que era la candidata única a la presidencia. :: JOSÉ MANUEL VIDA. EFE



El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, posa con los empresarios de la incubadora. :: M. G. B.

Cuatro empresas culturales y creativas estrenan un nuevo espacio en Puerto de la Torre

La incubadora, impulsada por la entidad municipal Promálaga, se propone impulsar la creación de empleo, riqueza y bienestar social

:: MANUEL G. BORREGO

MÁLAGA. Tras 15 meses de obras y 497.627 euros de inversión, el Ayuntamiento inauguró ayer en la antigua finca de La Píndola una nueva incubadora de empresas que de momento acoge cuatro sociedades: dos enfocadas a la difusión cultural y las otras dos a fines creativos.

El vivero, ubicado en el distrito de Puerto de la Torre, es una inicia-

tiva de Promálaga, organismo municipal responsable del desarrollo de empresas y actividades. Es por eso se ha puesto un gran número de facilidades a disposición del emprendedor: además de cubrir los gastos de agua, luz, teléfono o Internet, Promálaga se hace cargo del 50% del equipamiento necesario -informático e inmobiliario, entre otros- y de la totalidad de los trámites para constituir la empresa. Igualmente, se proporciona a las entidades asesoramiento gratuito durante un año y un alquiler a precio reducido -alrededor de 300 euros por local-.

«En estos momentos de dificultad económica no hay nada más grato que ayudar», expresó ayer el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre,

LAS CUATRO FIRMAS

► **Gaia Museum.** Museo de difusión de paleontología y geología.

► **Urbálea.** Estudio de arquitectura bioclimática.

► **Dika Estudio.** Arquitectura y diseño gráfico.

► **Acróbata Producciones.** Productora audiovisual.

re, durante el acto de inauguración. El regidor municipal opinó que las empresas conforman «un nicho de mercado con mucho futuro», y alen-

tó a la creación de sinergias «para hacer surgir ideas mucho más potentes y brillantes».

Javier González, de 29 años, es uno de los emprendedores que presentaron su proyecto a Promálaga. Acababa de finalizar sus estudios de Arquitectura, y en cuestión de meses su empresa, Dika Estudio, ya estaba instalada en el edificio. «No nos podemos quejar», asegura González, que combina en su trabajo las nociones arquitectónicas adquiridas con el diseño gráfico para buscar la diferenciación. «Pretendemos sacar un objeto común de su contexto y convertirlo en algo inesperado», añade. Como muestra, explica que actualmente se dedica a la construcción de un espacio con pelotas de tenis usadas.

Apasionados de la biología

En la planta inferior se encuentran José Luis Vera y Mari Carmen Lozano, de Gaia Museum, dos biólogos apasionados de la paleontología hasta el punto de haber pagado 6.000 euros al «mejor paleoconstructor de España» por una réplica anatómica de la 'confuciosornis sanctus' -primera ave con pico y sin dientes, aparecida en China hace 120 millones de años-. Ellos son los propietarios del Gaia Museum, donde se proponen reflejar la evolución desde los dinosaurios hasta las aves modernas. «Estoy muy contento, el sitio está muy bien y el negocio va creciendo», explica Vera, que confía en que la inversión realizada acabe dando sus frutos. Las otras dos empresas que ocupan el vivero son Urbálea, dedicada a la arquitectura bioclimática, y Acróbata Producciones, una productora audiovisual.

La finca de la Píndola aún está a la espera de que se complete el resto de fases de la rehabilitación. Entre ellas, se prevé la implantación de un césped xerofítico (resistente a la sequía) e incluso una ampliación del vivero.

La red de incubadoras de Málaga alberga ya 232 empresas, lo cual aupó a la capital al segundo puesto del 'ranking' nacional. Francisco de La Torre afirmó que se prevén cinco inauguraciones de incubadoras más en lo que queda de legislatura.

Málaga

Unicaja Banco se compromete a salir a bolsa antes de finales de 2016

► La entidad financiera dará este nuevo paso en el marco de la operación de adquisición de Ceiss

AGENCIAS MÁLAGA
► @opiniodemálaga

Unicaja Banco se ha comprometido a llevar a cabo los trámites para la admisión a cotización de las acciones de Unicaja Banco en las bolsas de valores antes del 31 de diciembre de 2016, dentro la operación de adquisición de Banco Ceiss -Banco de Caja España de Inversiones, Salamanca y Soria-.

Según una comunicación a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el pasado 15 de julio el consejo de administración de Unicaja Banco acordó dar inicio al proceso que, sujeto al cumplimiento de un conjunto de condiciones y tras las acciones correspondientes, permitiría realizar una oferta de adquisición de Banco Ceiss, mediante la adquisición de hasta la totalidad de las acciones y bonos necesaria y contingentemente convertibles emitidos por dicha sociedad, excepto los títulos que sean propiedad del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB).

En dicho hecho relevante, recogido por Europa Press, la entidad andaluza explica que la realización de la oferta queda sujeta al cumplimiento, entre otras, de una serie de condiciones previas, como son «seguridad y certeza de que como consecuencia de las acciones de gestión de híbridos se obtiene una capitalización permanente mínima de 1.250 millones de euros, y la obtención de todas las autorizaciones y aprobaciones necesarias».

De esta forma, cumplido el conjunto de las condiciones previas, Unicaja Banco realizaría una oferta pública de canje a favor de todos los actuales titulares de acciones y bonos necesaria y con-

LOS DETALLES

Unicaja deberá aumentar capital para la operación

► La oferta deberá registrar un nivel de aceptación que permita al Grupo Unicaja «alcanzar un mínimo del 75 por ciento del capital de Banco Ceiss y del conjunto de bonos necesaria y contingentemente convertibles de Banco Ceiss».

Asimismo, se contempla el compromiso de Unicaja Banco de llevar a cabo los trámites para la admisión a cotización de las acciones de Unicaja Banco en el Sistema de Interconexión Bursátil y en las Bolsas de Valores de Madrid, Valencia, Barcelona y Bilbao no más tarde del 31 de diciembre de 2016.

Otra condición contemplada será que los aceptantes del canje deberán renunciar a cualquier tipo de reclamación o al inicio de cualquier procedimiento judicial o extrajudicial en el futuro contra Ceiss y/o Banco Ceiss y/o Unicaja y/o Unicaja Banco. De esta forma, la estructura inicial de la operación consistirá en un aumento de capital en Unicaja Banco SA, con previsión de suscripción incompleta; una emisión de bonos necesaria y contingentemente convertibles en acciones ordinarias de nueva emisión de Unicaja Banco SA, entre otras. E. P. MADRID

tingentemente convertibles de Banco Ceiss, excepción hecha del FROB con una serie de condiciones y siempre que se reciban las preceptivas autorizaciones.

Así, apunta que el valor conjunto de la contraprestación que se ofrecerá por todos los instrumentos (acciones y bonos) de Banco Ceiss, excepto los títulos del



Imagen de la bolsa de Madrid. EFE

FROB será el valor equivalente al 26 por ciento del capital de Unicaja Banco.

Precisa que en caso de conversión parcial este porcentaje se ajustaría proporcionalmente. De esta manera, la materialización de la contraprestación se realizaría ofreciendo a los titulares de acciones de Banco Ceiss ac-

ciones de Unicaja Banco y a los titulares de bonos necesaria y contingentemente convertibles de Banco Ceiss se les ofrecerá una combinación, al 50 por ciento, de dos tipos de valores, emitidos por Unicaja Banco, esto es, bonos necesaria y contingentemente convertibles y bonos perpetuos contingentemente convertibles.

Cambio en la presidencia de la asociación de agencias de viajes

► Sergio García Ferreira sustituye en el cargo a Pedro García, presidente durante los últimos ocho años

L. O. MÁLAGA

Cambio en la presidencia de la Asociación de Agencias de Viajes de Andalucía (Aedav). En la asamblea general celebrada el pasado jueves, 18 de julio, Pedro García Bueno, que ha dirigido al colectivo durante dos cuatrienios, fue sustituido por Sergio García Ferreira, de Viajes Saldumar, un negocio ubicado en Marbella.

García Ferreira era hasta ahora vicepresidente primero de la asociación, pero contará con el respaldo de la junta directiva, que sigue en su totalidad al frente de Aedav, después de que su gestión fuese aprobada por la asamblea.

En la asamblea, celebrada en la sede de la asociación, ubicada en Torremolinos, se aprobaron la gestión, los presupuestos y los balances, así como los informes de las comisiones y del propio presidente.

Los asociados mostraron en diferentes intervenciones su agradecimiento por la labor realizada por Pedro García Bueno, y dieron la bienvenida al nuevo presidente, a quien le desearon los mayores éxitos.

Sergio García Ferreira es un profesional de agencias de viajes con una trayectoria de más de 30 años en el sector. Durante los últimos ocho años ha ocupado la vicepresidencia. Asume el liderazgo de Aedav Andalucía en un momento complicado para las agencias tanto por la crisis económica como por la competencia que sufren estos negocios por parte de portales de internet.

IU renueva su dirección con el objetivo de desplazar al PP

► La dirección incorpora seis caras nuevas. García Peláez será la número 2 de la Ejecutiva de Castro

AGENCIAS MÁLAGA

Izquierda Unida presentó ayer su nueva dirección colegiada para la provincia de Málaga, a la que se incorporan seis nuevas caras y se marcó como objetivo principal «acabar con la hegemonía del PP, que pasa ineludiblemente por desalojarlos de las ciudades grandes y medianas».

Así lo indicó el coordinador de la coalición de izquierdas en Má-

laga, José Antonio Castro, quien vuelve a repetir en el cargo. En cuanto a la composición de la nueva dirección provincial, está formada por 12 personas -seis hombres y seis mujeres-.

Se trata del delegado territorial de Fomento y Vivienda, Manuel García Peláez, que será el coordinador de la Ejecutiva, «el número dos de este órgano», precisó Castro en rueda de prensa; la parlamentaria andaluza Dolores Quintana, que será la portavoz y la encargada de la Oficina Parlamentaria, y la responsable en la Diputación, Antonia Morillas, que ocupará el cargo de secretaria institucional, en sustitución de

El fin de la coalición de izquierdas es el de acabar con el PP como «poder hegemónico» en las ciudades

García Peláez. Además, el anterior responsable de Organización y Finanzas, Juan Peñas, pasará a llevar únicamente Administración y Finanzas; también repite en la dirección provincial la profesora de la Universidad de Málaga (UMA) Ana Jorge Alonso, que se encargará de la Secretaría de Formación y Estudios.

En cuanto a las nuevas incorporaciones, Castro destacó la «im-



Castro, segundo por la derecha, lidera la Ejecutiva. LA OPINIÓN

portante» labor del nuevo responsable del Área Interna y de Organización, Miguel Ángel Sánchez, encargado de la filiación y de la extensión organizativa; la delegada de la Vicepresidencia de la Junta en Málaga, Fátima Berlan-

ga, que se ocupará de Política Autonómica, y la teniente de alcalde de Humilladero Isabel María Cortés, que llevará temas municipales, por lo que trabajará en la Secretaría coordinada por Toni Morillas.

España, el país con peores previsiones para el próximo lustro

Según el 'ranking' de Bloomberg, ofrece los peores indicadores de aquí a 2018

PABLO R. SUANZES / Madrid
El Gobierno español está convencido de que lo peor ha pasado ya; de que tras seis años de coyuntura negativa a nivel mundial y el deterioro de prácticamente todos los indicadores, la recesión ha quedado atrás y que a partir del tercer trimestre de este mismo año empezaremos a ver tasas de crecimiento positivas, o al menos, no negativas.

El verdadero problema, como señalaron con dureza los expertos de Fedea la pasada semana, es que «dejar atrás la recesión no significa salir de la crisis». La calma de los últimos meses en los mercados, que han estabilizado la prima de riesgo en el entorno de los 300 puntos básicos, y la mejora de algunos indicadores avanzados son noticias positivas, pero el verdadero desafío ya no

es para el próximo lustro. En su ranking de *Peor Perspectiva en cinco años*, España lidera con amplia ventaja sobre el resto de socios de la unión monetaria, Noruega o Suiza (ver gráfico).

La agencia ha usado para la elaboración de la clasificación cuatro variables diferentes: la estimación de crecimiento del PIB de los países desde ahora hasta 2018; la renta per cápita estimada para ese mismo año; el desempleo medio para el período 2014-2018 y el Coeficiente de Gini de desigualdad, con los valores de los años 2007 a 2011.

Con todos ellos se obtiene una puntuación. La de España es 14,4, justo por detrás de países rescatados como Portugal (17) y Grecia, que con 27,5 casi nos dobla. Las economías más solventes y con mejor

perspectiva de Europa quedan a años luz: Noruega (80 puntos), Luxemburgo (69,3) o Suecia (69,2).

Si se desglosa por apartados, nuestro país arroja los peores resultados en la tasa de paro. Según Bloomberg, la media esperada para el próximo lustro es un 24,7%, una cifra absolutamente inconcebible para el resto de naciones. Incluso la de Grecia, que en la actualidad es superior, se estima que mejore a mayor ritmo. El propio Ejecutivo español, en las previsiones remiti-

El turismo, la gran esperanza

> **Primavera Árabe.** Al igual que ocurriría tras el estallido de la Primavera Árabe, España volverá este año a beneficiarse del desvío de turistas, esta vez por la crisis en Egipto y las revueltas en Turquía, hasta el punto de que el sector confía en decirle adiós a la recesión a finales de año.

> **726.000 turistas.** La patronal Exceltur traduce el incremento imprevisto de la demanda en 726.000 turistas extranjeros y unos ingresos extra de 626 millones, por lo que ha revisado al alza su previsión para 2013, que pasa de una caída del 1% estimada en enero a una contracción del 0,4%, según informa Efe.

> **Aumento del 4,2%.** El Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha estimado que España recibirá 47,4 millones de turistas en los primeros nueve meses del año, lo que implica un incremento del 4,1% respecto a 2012.

es a corto plazo, sino a medio. Aunque se haya descartado el rescate completo por parte de la *Troika* -Comisión Europea, Banco Central Europeo y Fondo Monetario Internacional-, el empleo no mejora, la deuda pública crece a ritmos desorbitados y el cumplimiento de los objetivos de déficit parece, de nuevo, más que complicado.

Así lo piensa al menos Bloomberg, que coloca a nuestro país en la última posición de Europa, por detrás incluso de Grecia y Portugal, de

das a Bruselas el pasado 26 de abril ya asumía que habría un 25,8% de paro al acabar la legislatura, frente al 22,8% de finales de 2011.

Más sorprendentes son quizás los datos de crecimiento del PIB para ese periodo. España ocupa la tercera peor posición, con una media del 1,33%. Muy baja, según todos los estándares, e inferior al 2% que tradicionalmente se ha estimado necesario para que nuestro país creara empleo. El Gobierno considera que tras la entrada en vigor de la reforma la-

La 'salud' de las economías europeas

Ranking de Bloomberg elaborado sobre las estimaciones de PIB, PIB per cápita y desempleo.

Puntuación		PREVISIONES			
		Crecimiento PIB 2014-2018 (En %)	PIB per cápita 2018 (€)	Desempleo 2014-2018 (En %)	
80,7	Noruega	2,11	86.083	3,4	
69,3	Luxemburgo	1,93	89.335	6,1	
69,2	Suecia	2,35	56.215	6,8	
60,4	Suiza	1,89	64.781	2,9	
59,9	Islandia	2,08	40.826	4,3	
57,5	Rep. Checa	2,61	16.318	6,8	
57,1	Austria	1,51	42.125	4,1	
56,7	Eslovaquia	3,28	16.973	12,8	
55,3	Finlandia	1,73	42.448	7,7	
54,6	Holanda	1,68	40.558	6,0	
54,6	Dinamarca	1,49	46.226	6,8	
53,9	Estonia	3,47	17.587	5,4	
53,4	Eslovenia	1,86	19.514	8,5	
49,2	Malta	1,95	20.040	6,1	
49,2	Bélgica	1,39	36.749	7,8	
48,5	Irlanda	2,64	41.877	12,0	
45,6	Alemania	1,32	37.215	5,6	
44,4	Polonia	3,09	12.668	9,9	
44,1	Latvia	4,09	15.560	10,2	
43,7	Letonia	3,61	16.219	10,2	
42,4	Hungría	1,52	12.532	10,5	
42,1	Reino Unido	1,97	34.356	7,0	
41,6	Francia	1,57	36.251	11,0	
40,1	Bulgaria	3,26	7.454	8,5	
37,9	Rumanía	2,81	8.972	6,6	
37,6	Croacia	2,10	12.868	12,4	
31,2	Italia	1,14	28.041	11,1	
27,5	Grecia	2,82	19.075	21,2	
17	Portugal	1,53	17.585	17,5	
14,4	España	1,33	25.456	24,7	

FUENTE: Bloomberg

EL MUNDO

boral, y la eliminación de algunas rigideces, se podrían crear puestos de trabajo incluso con un 1,33%, pero los expertos no lo tienen claro. Sin embargo, lo llamativo es que Italia y Alemania son las dos economías que menos crecerán en ese periodo, con estimaciones medias de un 1,14% y un 1,32% respectivamente. El Gobierno espera que el PIB nominal español, pese a todo, supere el 3% ya en 2016, pero el crecimiento del PIB sería, en el mejor de los casos, de un 1,3% ese ejercicio.

En los otros dos indicadores, España ocupa puestos medios-bajos de la tabla. En la desigualdad medida por el Coeficiente de Gini de 1 a 100 -donde 1 es la perfecta igualdad de ingresos y 100 la desigualdad perfecta-, España obtiene un valor de 32. Mejor que el Reino Unido pero peor que el resto de grandes economías del Continente. Con 33.452 dólares de renta per cápita (25.500 euros en dinero de hoy) ocuparía el puesto 16 a nivel continental, detrás de todas las economías importantes.

El Gobierno espera que la EPA confirme las mejoras

Madrid
El Gobierno, con el ministro de Economía al frente, Luis de Guindos, espera «buenos» datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) que el jueves desvelará los resultados del segundo trimestre.

Guindos ha adelantado que los datos de la EPA serán «mucho mejores» que los del primer trimestre, cuando se llegó a los 6,2 millones de parados, el 27,6%. En su opinión, esto demostrará que «la cuestión no es ya si la economía española se va a recuperar, sino cuán intensa va a ser la recuperación». Y pronostica que serán «buenos» más allá de la estacionalidad, es decir, de las contrataciones vcraniegas.

La pasada semana la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE) publicó que la tasa de paro seguirá subiendo y se situará en el 27,8% a finales de 2014, previsiones que Guindos estima que son sólo «opiniones».

En esta línea, la ministra de Empleo y Seguridad Social, Fátima Báñez, dice que todas las proyecciones se «van a vencer con datos reales cada día» pero adelanta que el Gobierno «todavía tiene que seguir dando la batalla» con las reformas, informa Efe.

Por su parte, el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, pone el acento en que el paro juvenil se redujo un 6% en junio, lo que refleja que las medidas adoptadas, especialmente la reforma laboral, han surtido «efecto». Sin embargo, afirma que no es para echar las campanas al vuelo porque se trata aún de cifras «que no son admisibles».

Explicaciones al Congreso

El mismo día de la EPA Guindos exhibirá en el Congreso los signos de estabilización de la economía y las claras diferencias entre la actual situación y la que se vivió el verano pasado, con una prima de riesgo que multiplicaba por dos los niveles actuales. Acudirá a petición propia a la Comisión de Economía y Competitividad para dejar claro que lo peor de la crisis ya ha pasado explicará los buenos datos de la balanza de pagos, según los cuales España rozó en mayo el equilibrio entre importaciones y exportaciones.

Podría salir a colación la petición de los bancos de que el Gobierno apruebe antes de agosto una reforma fiscal que entraría en vigor en 2014 y les allanaría el camino para contar cuanto antes con más capital. Previsiblemente, también deberá responder sobre las implicaciones para la confianza en el país del caso *Bárceñas*, ante lo cual Guindos no muestra inquietud por la percepción de los inversores internacionales, pues considera asegurada la estabilidad del Gobierno.

LA TRIBUNA

En defensa del modelo comercial malagueño

GONZALO FUENTES

SECRETARIO GENERAL DE LA FEDERACIÓN DE COMERCIO, HOSTELERÍA Y TURISMO DE CC.OO. DE ANDALUCÍA

Para las grandes cadenas de distribución la liberalización de los horarios comerciales es clave para intentar quitar venta al pequeño comercio que no puede competir con más horas de apertura



Recientemente, SUR ha celebrado la conferencia-debate 'Comercio: Creador de ciudad y empleo', un acto que contó con la participación del consejero de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, Rafael Rodríguez. Ante todo agradecer a este periódico por organizar un foro donde exclusivamente se hablara del sector comercial de Málaga y su provincia, con la importancia que este tiene, ya que 'crear' ciudad no es algo baladí, como no lo es la generación de empleo y riqueza que conlleva.

El consejero de Comercio disertó sobre las grandes líneas políticas, centrando la política comercial de la Junta de Andalucía en corregir las desigualdades comerciales mediante la búsqueda de la convivencia entre los distintos formatos comerciales y en el papel de la Administración autonómica ante las reglas del juego en el sector comercial de Andalucía. En ese sentido, defendió la creación de un impuesto a las grandes superficies con el fin de generar recursos para las medidas contenidas en el Plan de Reactivación del Comercio Andaluz; loable y saludable plantearse el objetivo de la reactivación del comercio andaluz en unos momentos en los que se está debatiendo con el sector en los ocho foros provinciales y próximamente en la Mesa del Comercio, compuesta por la consejería del ramo, los sindicatos mayoritarios (CC OO y UGT) y las asociaciones de empresarios representativas del sector. Todo con un objetivo, el de seguir defendiendo un modelo de comercio de futuro, profesional, competitivo, de calado social, que crea ciudad y, entre otros, genera actividad en los cascos urbanos. En definitiva, el modelo de comercio mediterráneo que tenemos en Andalucía, que mantiene los centros urbanos y los pueblos vivos, además de ser sostenible y que apuesta por un empleo de calidad que dignifica las condiciones laborales y sociales de sus trabajadores.

Tanto por parte del conferenciante como por lo expresado en el debate posterior por parte de los asistentes, afloró el debate sobre cómo la crisis económica que estamos viviendo ha afectado al consumo, y, por lógica, al comercio. En ese sentido, se ha abierto la pugna por ganar cuota de mercado entre los distintos formatos comerciales. Para las

grandes cadenas de distribución la liberalización de los horarios comerciales es clave para intentar quitar venta al pequeño comercio que no puede competir con más horas de apertura, ya que en muchos casos estamos hablando de miles de pequeñas empresas que cuentan con muy pocos trabajadores por punto de venta, aunque son las que dan empleo al mayor número de personas en el sector y son las que han mantenido el mayor porcentaje de empleo desde que empezó la crisis, a pesar de que han venido soportando las mayores caídas en sus ventas. Además, mayor número de horas de apertura comercial no generan más empleo por cuenta ajena ni autónomo, sino todo lo contrario, porque la venta en el comercio tradicional es asistida, frente al autoservicio de la gran distribución.

En nuestra opinión, el sector comercial de Andalucía y Málaga no necesita más apertura de horarios comerciales y sí es urgente incentivar el consumo, el cual se ha visto mermado durante los últimos 34 meses en todos sus formatos comerciales. En los cinco primeros meses del año 2013 y en comparación con el mismo periodo del año 2012 (Fuente: INE), las ventas han bajado a nivel general en un -7,4% en España; un -7,3% en Andalucía, y un -4,6% en productos alimenticios. Para que éste aumente, es urgente que los créditos, por parte de bancos y cajas de ahorro, fluyan cuanto antes para impedir la asfixia que actualmente tiene el sector. A su vez también es importante resaltar que paralelamente a ello también en Andalucía se han destruido más de 11.000 empleos, un -2,30%. En ese sentido, los bancos y cajas de ahorro no están cumpliendo con el fin que tienen encomendado y que desde CC OO estamos convencidos de que, junto al problema del paro, éste deberá ser el primer objetivo del Gobierno, unido a una política de incentivo a la economía, y no políticas de recortes y planes de falsa austeridad que tanto daño le están haciendo a la economía y al empleo a nivel general y en particular al sector del comercio, ya que este tipo de políticas arruinan el consumo.

En definitiva, desde CC OO apoyamos las líneas generales de política comercial de la consejería, ya que es el modelo que desde nuestro sindicato llevamos muchos años defendiendo.

