

Departamento de Comunicación



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA:

30 DE JULIO DE 2013

EMPRENDEDORES

● Cuatro ingenieros de entre 26 y 28 años, casi todos con dos carreras y dos de ellos trabajando, se alzan con el primer premio Spin-Off de la Universidad de Málaga

Talento ganador a prueba de miedos

Encarna Maldonado MÁLAGA

“La ingeniería es más una mentalidad y una forma de ser que una carrera”, afirma sin un ápice de impostura Juan Francisco Cáliz, que ayer, junto a los también ingenieros Samuel Tirado, José Manuel Díaz y Eduardo Dueñas se alzó con el primer premio del programa Spin-Off de la Universidad de Málaga dirigido a apoyar la creación de negocios vinculados al conocimiento y la investigación. La idea que promueven es un sistema, denominado Dolphin, “inteligente y sin obras” que permite ahorrar ese agua fría que habitualmente se desperdicia hasta que la caliente llega al grifo.

La vocación empresarial de estos cuatro universitarios, con edades de entre 26 y 28 años, no tiene nada que ver con la crisis, el miedo o las pocas perspectivas laborales de los titulados. Es una actitud. De hecho Eduardo, que ya trabaja, y Samuel tienen en su currículum dos carreras (Mecánica e Industriales el primero y Arquitectura Técnica y Organización Industrial el segundo), mientras que José Manuel que ya es ingeniero Mecánico está a punto de terminar Organización Industrial y Juan Francisco compatibiliza el final de Ingeniería Mecánica con el trabajo. Lo que les ha unido es “la inquietud y la curiosidad” y el interés por llevar sus soluciones al mercado.

Dolphin por tanto es sólo el inicio, pero apuestan que vendrán más. Por el momento han desarrollado el prototipo de este sistema de ahorro de agua y están pendientes del registro de la patente, con el objetivo de comenzar la comercialización en 2014. El primer premio del programa Spin-Off, patrocinado por la Cámara de Comercio, les reporta 6.000 euros y una estancia gratuita en la preincubadora de empresas de la Universidad de Málaga en el parque

Tecnológico mientras echan a rodar la empresa.

El concurso Spin-Off de la Universidad de Málaga que ha alcanzado este año su décimo séptima edición distingue otros 12 proyectos. Tres de ellos corresponden a iniciativas presentadas desde los propios grupos de investigación de la UMA. Se trata de una iniciativa (Serigames) orientada al desarrollo de juegos y contenidos para videojuegos y software de entretenimiento con aplicaciones que alcanzan también la salud, educación, gestión económica o defensa. Un segundo proyecto (Educational Innovation for All) busca desarrollar metodologías

550

Proyectos. El programa Spin-Off ha registrado medio millar de proyectos en 17 años de historia

docentes mediante herramientas innovadoras y, finalmente, el tercero (Iknow-cult) plantea servicios especializados de vigilancia, consultoría y aplicaciones tecnológicas en la gestión cultural. Los tres, patrocinados por la Fundación UMA, la Cátedra de Viabilidad Empresarial y Santander Universidades, están dotados con 3.000 euros.

El Ayuntamiento, la Diputación de Unicaja y la Confederación de Empresarios apadrinan otros cuatro proyectos premiados con 3.000 euros que proponen webs orientadas a la agricultura e industria agroalimentaria (Good Marks, aplicaciones prototipado láser *on line* (Cortebox), un sistema de detección de objetos para personas con deficiencias visuales (Horus) y aplicaciones de resincronización automática de subtítulos y sonido entre diferentes versiones de un mismo contenido audiovisual (Resync).



La rectora, el alcalde y otras autoridades con algunos de los emprendedores.

FOTOGRAFÍAS JAVIER ALBIRANA



Juan Francisco Cáliz recoge el primer premio que le entrega el presidente de la Cámara de Comercio.

El Centro Andaluz de Desarrollo Empresarial (CADE) patrocina cuatro premios a alumnos –que podrán disfrutar de seis meses de estancia en esta incubadora de empresas– que han recaído sobre una nueva idea de escaparatismo que funciona con gestos de los viandantes sobre un monitor (Essint), un casco de bicicleta que tiene funcionalidades de comunicación, indicadores luminosos, materiales inteligentes y diseños personalizados (Urban M), una aplicación que genera mapas predi-

tivos de la concentración de agentes alérgenos y sobre la calidad del aire (Thunderdrone) y un sistema que aúna técnicas de ingeniería de simulación e ingeniería industrial (Dyna Design). Finalmente, Promálaga premia un proyecto innovador en la localización de interiores en grandes superficies (Sliogs).

La rectora de la Universidad de Málaga, Adelaida de la Calle, subrayó ayer el interés que ha recabado este programa al que han concurrido 80 proyectos universita-

rios. Algo menos de la mitad procede del campo de las ingenierías, mientras que cerca del 20% es promovido desde el campo de las humanidades.

En los 17 años de historia de este concurso se han presentado 550 proyectos y, de acuerdo con la información facilitada por De la Calle, el 70% han alcanzado el éxito. La rectora subrayó el liderazgo de la UMA en el campo del emprendimiento: “Cuando empezamos no sabíamos ni cómo hacerlo”.



FOTOS DE ÁLEX ZEZA

JUAN FRANCISCO CÁLIZ GONZÁLEZ M6Dolphin

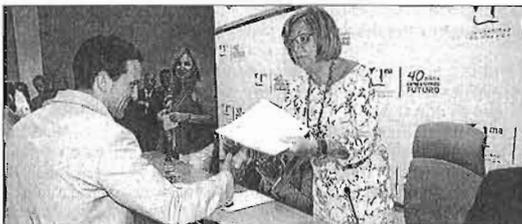
► Creador de un dispositivo permite ahorrar el agua que se desperdicia al tener que esperar un tiempo hasta que se calienta. Premio dotado con 6.000 euros.

**ÁNGEL LORENZO RUEDA GAONA Good Mark**

► Plataforma web enfocada a la agricultura y a la industria de la alimentación. Premio concedido por el IMFE, dotado con 3.000 euros.

**LOURDES DE LA PEÑA FERNÁNDEZ Educational Innovation For All**

► Creación de herramientas innovadoras para la metodología docente. Premio concedido por la Cátedra de Viabilidad Empresarial, dotado con 3.000 euros.

**ANTONIO JOSÉ FERNÁNDEZ LEIVA Serigames**

► Desarrollo de juegos serios y generación automática de contenidos para videojuegos y software de entretenimiento. Premio de la FGUMA con 3.000 euros.

**IMANOL PÉREZ IRIARTE Thunderdrone**

► Empresa para el desarrollo de grandes metrópolis de forma sostenible en términos de contaminación y salud. Premio Accésit CADE.

**JOSÉ RAMÓN SALAZAR RAMÍREZ Sliogs**

► Proyecto que desarrolla un sistema de localización en interiores enfocado a grandes superficies. Premio Accésit Promálaga.



ALEX ZEZA

Patrocinadores y premiados

► Entre los patrocinadores se encuentran Promálaga, el Instituto Municipal para la Formación y el Empleo, la Diputación Provincial, la Cámara de Comercio, la Fundación Andalucía Emprende, la Confederación de Empresarios de Málaga, Unicaja, la Fundación General de la UMA, el Banco Santander y la Cátedra de Viabilidad Empresarial. Además, los proyectos recibirán, por parte de los colaboradores, asesoramiento financiero, empresarial y jurídico sin coste alguno.

Universidad. La XVII edición del certamen que persigue la creación de empresas por universitarios y grupos de investigación cierra sus puertas un año más tras la entrega de premios a las iniciativas seleccionadas. El vencedor tiene como objetivo el ahorro de agua potable

M6Dolphin, proyecto ganador del *Spin-Off*

► Las propuestas abarcan áreas como las TIC, las Tecnologías de la Producción, Humanidades, Consultorías, Biotecnología y Comunicación y Publicidad entre otras

BRENDA YEPES MÁLAGA

■ El concurso *Spin-Off* para la creación de empresas universitarias, impulsado por la Universidad de Málaga, cerró ayer su décimo séptima edición con la entrega de premios a los diferentes proyectos elegidos. A través del certamen, la UMA «contribuye al desarrollo socioeconómico sobre Málaga». Así lo expresó la rectora Adelaida de la Calle, quien presidió el acto, acompañada del alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, la delegada de Economía de la Junta de Andalucía, Marta Rueda, y el resto de patrocinadores del concurso.

El proyecto ganador del primer premio, otorgado por la Cámara de Comercio de Málaga, ha sido M6Dolphin, un dispositivo que permite ahorrar el agua potable que se desperdicia al tener que esperar un tiempo mientras se calienta el agua. El galardón, recogido por Juan Francisco Cáliz González, uno de los creadores del proyecto, está dotado con una cuantía económica de 6.000 euros. Dolphin ha sido diseñado por cuatro ingenieros que han puesto en marcha el grupo Métricas e Ingenierías. «En principio, Dol-

El primer premio, dotado de 6.000 euros, ha sido concedido por la Cámara de Comercio a M6Dolphin

La décimo séptima edición del Spin-Off impulsado por la UMA acogió 80 proyectos y 225 emprendedores

phin está en fase de prototipo. Esperamos comercializarlo a principios del año que viene y que el grupo humano que ahora mismo es Métricas e Ingenierías pronto sea constituido como empresa», declaró Juan Francisco Cáliz. Y añadió: «Más que por necesidad, Dolphin surge por el hecho de tener ideas y el querer llevarlas a cabo porque pensamos que son buenas y que tienen muchas posibilidades».

A la XVII edición del *Spin-Off* se han presentado 80 proyectos —seis en la categoría de PDI/Grupo de Investigación y 74 en la de alumnos— y 225 emprendedores. Estos proyectos abarcan las áreas de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Tecnologías de la Producción, Biotecnología, Co-

PREMIADOS**Cinco premios accésits para las incubadoras**

► Se otorgaron también siete premios más, cada uno dotado de 3.000 euros, a los siguientes proyectos: Serigames, Educational Innovation For All, Iknow-Cult, Good Mark, Cortebox, Horus y Resync. Los premios accésits para las incubadoras de empresas de Promálaga y el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial fueron concedidos a cinco proyectos: Sliogs, Dyna Design, Thunderdrone, Essint y Casco Urban M. Además, los premiados recibirán una estancia de un año en las preincubadoras de empresas de la UMA en el Parque Tecnológico de Andalucía.

municación y Publicidad, Humanidades y Consultorías, entre otras actividades y servicios.

En esta edición, el concurso ha incorporado un nuevo patrocinador, la Cátedra de Viabilidad Empresarial, y dos nuevos colaboradores, Asesoría General y TOPdigital Consulting.

Un dispositivo para ahorrar agua potable gana los 'Spin-Off'

Al concurso se presentaron 80 proyectos

Málaga El proyecto 'M6Dolphin' ha recibido el primer premio del XVII Concurso Spin-Off de Proyectos para la Creación de Empresas por Universitarios de la Universidad de Málaga (UMA). El dispositivo presentado, por el que sus impulsores han recibido 6.000 euros, tiene como objetivo el ahorro de agua potable.

Se trata de un sistema de recirculación de agua caliente sanitaria inteligente que posibilita la obtención de un ahorro cuantitativo en el con-

sumo de agua potable y de energía, según explicó ayer uno de los cuatro integrantes del equipo, Juan Francisco Cáliz, durante el acto de entrega de los premios.

Este acto ha estado presidido por la rectora de la UMA, Adelaida de la Calle, y ha contado con la presencia, entre otros, del alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, y la delegada territorial de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta, Marta Rueda.

De la Calle destacó la importancia



La rectora entrega uno de los premios en el Rectorado. / J. DOMÍNGUEZ

de este acto, ya que «se contribuye de forma activa al desarrollo de un entorno productivo y a la creación de empresas como un mecanismo de

transferencia de tecnología y conocimiento». Además, animó a los premiados a «seguir el camino empresarial que comienza hoy y que cuenta

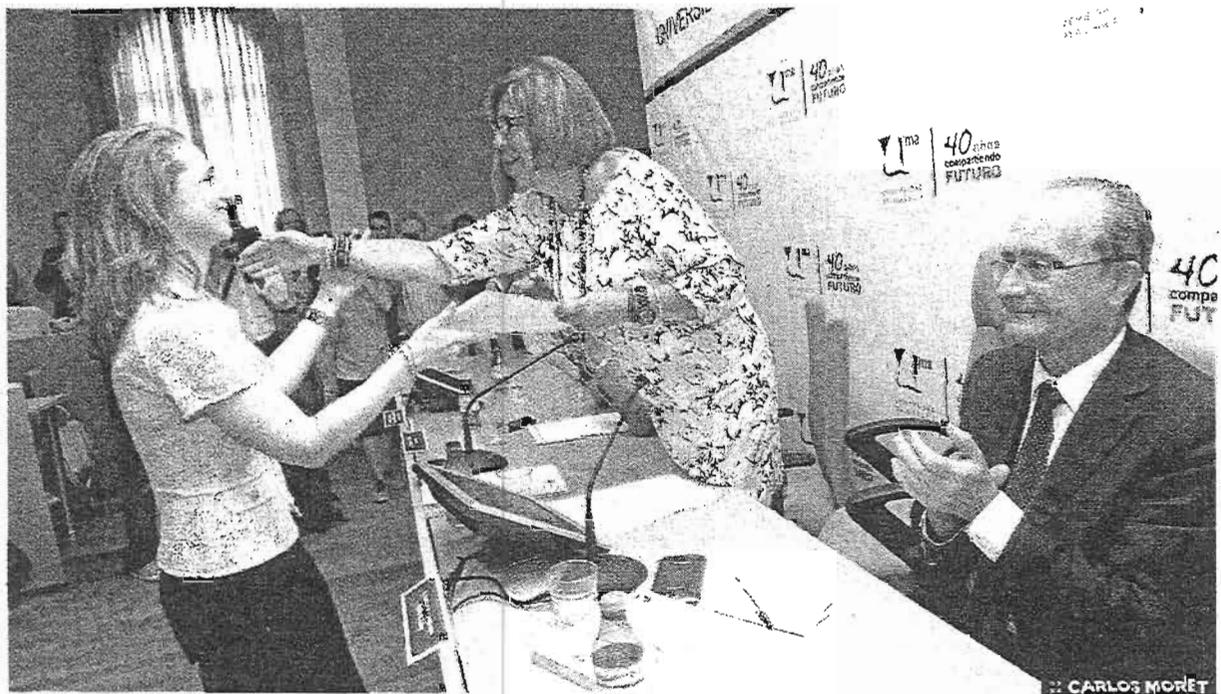
con el apoyo de la Universidad».

«La actividad de Spin-Off para la creación de empresas ha pasado a ser la tercera misión de la Universidad, ya que supone un fuerte compromiso para nosotros, por el emprendimiento y por la apuesta por el empleo que supone, así como por el autoempleo», declaró la rectora, añadiendo que «la UMA ya está entre las primeras en el 'ranking' de emprendimiento».

A esta última convocatoria del Concurso de Spin-Off se han presentado 80 proyectos: seis en la modalidad de Personal Docente e Investigador (PDI) y Grupos de Investigación y 74 en la de Alumnos/Titulados. Los proyectos se referían a Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) –un 23%-, Tecnologías de la Producción (21%), Humanidades (19%), Consultorías (18%), Biotecnología (10%) y Comunicación y Publicidad (9%).

UN PROYECTO DE AHORRO DE AGUA, ELEGIDO MEJOR SPIN-OFF DE LA UMA

'M6Dolphin' es el nombre del ganador del primer premio del XVII Concurso Spin-Off de Proyectos para la Creación de Empresas por Universitarios de la Universidad de Málaga (UMA). Este dispositivo, por el que sus impulsores han recibido 6.000 euros, tiene como objetivo el ahorro de agua potable y de energía a través de un sistema de recirculación de agua caliente sanitaria inteligente, según explicaron ayer sus creadores durante la entrega de premios, presidida por la rectora, Adelaida de la Calle.



:: CARLOS MORET

SUR 30 JUL. 2013

UGT-A se gastó en la publicidad de una huelga dinero de una ayuda para formación a parados

El sindicato pagó anuncios a El País y la Cadena Ser desviando una subvención de la Consejería de Empleo para especializar en el cuidado de los enfermos de Alzheimer

MANUEL MARÍA BECERRO / Sevilla
UGT Andalucía, el sindicato que lidera Francisco Fernández Sevilla tras la marcha en marzo de Manuel Pastrana, pagó anuncios en *El País* y la Cadena Ser de la campaña 'Así no' convocando a la huelga general de 2010 contra el último Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero con cargo a fondos desviados de una subvención de la antigua Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía que, en realidad, debían destinarse a un curso de formación a desempleados para especializarlos en el cuidado de enfermos de Alzheimer.

Según documentación contable a la que ha tenido acceso EL MUNDO de Andalucía, la utilización de fondos públicos de formación para el pago de campañas publicitarias que no tienen nada que ver con los cursos a desempleados ha sido una práctica recurrente en UGT con intervención directa y personal de Fernández Sevilla, antiguo brazo derecho de Pastrana que, como ex secretario de Organización ugetista, suscribió acuerdos publicitarios con empresas del Grupo Prisa que se acababan abonando con dinero autonómico.

Uno de los casos más palmarios (aunque en este caso el firmante del contrato es el responsable de Recursos Humanos del sindicato, Federico Fresneda) es, sin duda, el mencionado de la campaña acordada el 21 de septiembre de 2010 para la inserción—cuatro días más tarde—tanto en *El País* como en la Cadena Ser del manifiesto 'Así no' de UGT y CCOO sobre la convocatoria de la huelga general del 29. El día después del paro se facturaron los 2.061,70 euros (IVA incluido) de coste de los anuncios, pero por el concepto «desarrollo de acciones formativas de Formación Profesional para el Empleo en materia de formación de oferta dirigida a personas desempleadas».

En la factura (en concreto, el número 100371PA00098) se hace referencia a los fondos de los planes MEMTA I y II que, como recuerda la web de la Junta de Andalucía, contemplaban un conjunto de actuaciones dirigidas prioritariamente a las personas desempleadas provenientes de los sectores de actividad—principalmente la construcción—en los que el desempleo había crecido de forma significativa tras el estallido de la crisis económica, para «facilitar la transición» a otros sectores con mayor potencial de creación de empleo mediante «pasarelas de empleo» y «siempre con las máximas garan-



Unión Europea
El Fondo Social Europeo invierte

Entidad: G78385416 INSTITUTO DE FORMACIÓN Y ESTUDIOS SOCIALES
Expte. Administrativo Nº: 682009/J/217
Acción Formativa: ATENCIÓN ESPECIALIZADA PARA ENFERMOS DE ALZHEIMER

RELACION DE GASTOS DE CURSOS DE F.P.M.

1. COSTES DIRECTOS

Nº	Sub	Descripción del Anuncio	EMISOR	(1) Concepto	Fecha Factura	Nº Factura	Adelanto Contable	Importe Total	(2) Fecha Pago	Importe	%
381	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	200	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
40	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
41	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
42	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
43	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
44	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
45	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
46	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
47	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
48	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
49	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
50	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
51	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
52	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
53	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
54	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
55	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%
56	10	PUBLICIDAD	EL PAÍS	PUBLICIDAD	30/09/2010	10337	240	500,00 €	30/09/2010	500,00 €	0,61%

'Así no... se deben financiar los sindicatos

En esta secuencia se reproducen los documentos que prueban el desvío de fondos. Arriba a la izq. está el contrato para publicitar el manifiesto sindical de la huelga de 2010 en *El País* y la Ser. A la dcha. aparece la factura que entregó la cadena de radio con la referencia a los fondos de formación de la Junta. Abajo figura, en la última pestaña, la justificación ante Empleo del gasto en el curso de cuidadores de Alzheimer.

...tías posibles de calidad en el empleo.

Por esa 'pasarela de empleo' acabó saliendo el dinero que cobraron *El País* y la Ser por los anuncios de la huelga general, unos spots que UGT Andalucía acabó endosando como gasto en un curso a desempleados para ayudar a enfermos de Alzheimer. La asignación consta en el expediente administrativo número 98/2009/J/217, concretamente en la línea número 55 del documento de la

Junta, donde sale reflejado la fecha de su elaboración (30 de septiembre de 2010), el número abreviado de la factura (PA00098) y el importe abonado (los 2.061,70 euros).

Como se ha indicado, esta factura no es excepcional. EL MUNDO de Andalucía ha tenido acceso a más facturas a favor del Grupo Prisa consignadas por UGT a subvenciones destinadas a ayudas a los enfermos de Alzheimer. De momento figuran cuatro, por un im-

porte cercano a los 65.000 euros, para la emisión dos veces al día de microespacios simultáneos en todas las emisoras en Andalucía de la Cadena Ser en los que se abordaban cuestiones relativas a la defensa legal de los trabajadores, la negociación colectiva y otros servicios ofertados por el sindicato.

En estos últimos casos, la emisora parece que ha evitado volver a caer en la trampa contable de UGT y, a la hora de facturar, no refiere

que los pagos se efectúan con cargo a las ayudas de formación que maneja el sindicato, que sin embargo vuelve a justificar el gasto en las acciones formativas para la atención especializada para enfermos de Alzheimer.

UGT Andalucía evitó ayer dar explicaciones o salir a desmentir el desvío sistemático de estos fondos públicos para pagar sus campañas publicitarias. Este diario se puso en contacto con el sindicato que, aun sabiendo la trascendencia de la información contable, eludió cualquier comentario al respecto, como viene siendo la tónica habitual des-

Prisa cobró el dinero por los spots 'Así no' contra la reforma laboral de Zapatero

La cúpula 'ugetista' elude de nuevo dar explicaciones sobre su contabilidad

de la proclamación de Fernández Sevilla como nuevo secretario general cada vez que ha saltado un escándalo en relación a las cuentas de la organización.

Sin ir más lejos, nadie ha aclarado la información publicada hace mes y medio de que UGT ha estado durante años pagando un sobresueldo de 900 euros al mes a los miembros de su ejecutiva regional en compensación por los gastos derivados de su actividad sindical, sin necesidad de justificación.

En primer lugar, se abonaba a final de mes a cada dirigente 450 euros por kilometraje para que pudieran atender los gastos diarios que conlleva su actividad. Se trataba de una cantidad fija que no había que justificar y que se percibía incluso en el mes de vacaciones.

Entre los perceptores estaba Manuel Pastrana, quien siempre se desplazaba en vehículo oficial con conductor a nómina del sindicato. Aparte, cuando un dirigente de la ejecutiva tenía que desplazarse fuera de su lugar de trabajo habitual, podía justificar el gasto por el pago de kilometraje y dietas.

En segundo lugar, la cúpula de UGT-A percibía otros 450 euros al mes por colaboración por actividad sindical, por la dedicación exclusiva que prestan a la organización.

Economía

Los costes laborales cayeron un 0,7% en 2012, por primera vez en la crisis

Los expertos insisten en la contención salarial para mejorar competitividad y productividad

Energía y finanzas fueron las actividades que pagaron los sueldos más altos a sus trabajadores

Ingrid Gutiérrez MADRID.

El coste neto que las empresas españolas tuvieron que pagar por cada trabajador cayó en 2012 por primera vez en más de una década y, lo que es más significativo, descendió por primera vez desde el inicio de la crisis en el año 2007.

De acuerdo con la Encuesta Anual de Coste Laboral de 2012, que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), ese coste neto por empleado se situó en 30.667,43 euros el año pasado, lo que supone una reducción interanual del 0,7 por ciento. Ese descenso contrasta con lo sucedido sólo un año antes, cuando los costes laborales aumentaron un 1,1 por ciento.

Esta evolución de los costes salariales responde, en buena medida, a los pactos de moderación salarial que han venido presidiendo los acuerdos de la negociación colectiva por parte de los agentes sociales en los últimos años.

En opinión de Sandalio Gómez, economista y titular de la cátedra SEAT de Relaciones Laborales del IESE, la contención salarial en nuestro país ha sido más que evidente en los últimos tres años, en el marco de un proceso de saneamiento de las empresas y de adaptación a la nueva coyuntura.

Gómez incide en que "se habían desbocado todos los conceptos salariales en España", de forma que el espectacular aumento de los sueldos entre 1999 y 2007 había hecho que se perdiese "el criterio de salario en función del valor que se aporta a la propia empresa".

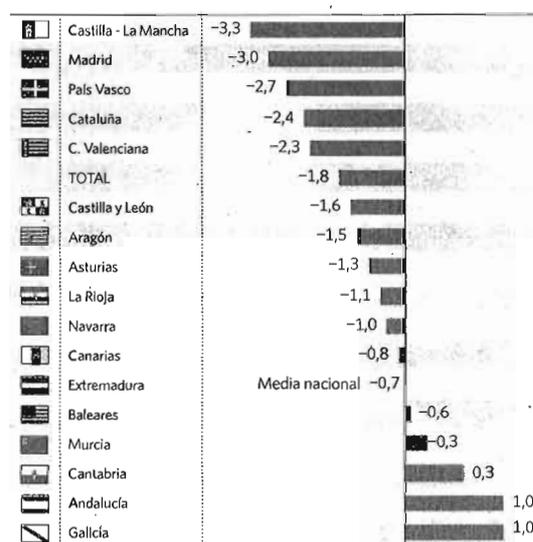
El economista del IESE señala que este proceso de contención salarial está permitiendo a las empresas aumentar su productividad y seguir compitiendo. Recuerda que en otros países de nuestro entorno, este mismo proceso ya permitió a las compañías adaptarse con más flexibilidad a la situación económica y, por tanto, mantenerse en pie.

De la encuesta se desprende que, teniendo en cuenta las subvenciones y deducciones públicas (que en 2012 ascendieron a 238,12 euros) el coste bruto por trabajador alcanzó los 30.905,55 euros el año pasado, lo que supone un descenso anual del 0,8 por ciento en relación al ejercicio previo, a 2011.

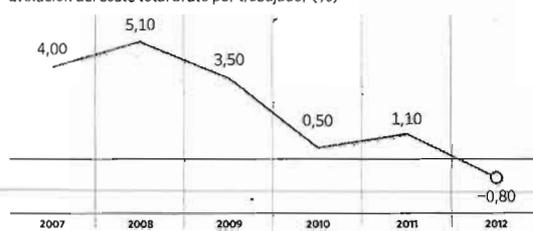
Dos euros a cotizaciones

Algo más de siete de cada diez euros (el 73,3 por ciento de ese coste

Costes laborales en España
Coste laboral por autonomías (%)



Evolución del coste total bruto por trabajador (%)



Fuente: INE.

eEconomista

bruto) lo conformaron sueldos y salarios, por un importe de 22.635,56 euros anuales por trabajador. Otros dos de cada diez euros fueron a parar a cotizaciones a la Seguridad Social, esto es, el 22,2 por ciento del total, hasta 6.859,44 euros.

De estas partidas, 519,97 euros anuales se destinaron a beneficios sociales por trabajador; entendiendo tanto las cotizaciones voluntarias a seguros y planes de pensiones, como las prestaciones complementarias a la Seguridad Social, entre otras. Otros gastos derivados del trabajo se situaron en torno a los 321,59 euros, contando indemnizaciones por fin de contrato, ropa de trabajo, transporte, etc. Por último, 466,65 euros se destinaron a indemnizaciones por despido y 102,34 euros más a formación profesional.

En su encuesta anual el INE observa diferencias "notables" en los costes laborales por trabajador, en función de la actividad que desempeña. La mayor brecha se observa entre los 18.367,80 euros anuales brutos de los trabajadores de la hostelería, y los más de 78.867 euros por trabajador en suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado.

Finanzas y energía

Así, las actividades de energía, son, junto a las de finanzas las que mayores sueldos y salarios pagaron a sus trabajadores. Al mismo tiempo fueron las que asumieron un mayor coste en beneficios sociales para sus empleados.

Otras actividades, como la construcción, se caracterizaron por pre-

La industria lidera el coste por trabajador

La industria fue el sector que el año pasado registró el mayor coste neto por trabajador, con 35.843,58 euros, lo que supone un incremento del 1,7 por ciento en relación al año previo. Los costes no salariales de la industria aumentaron un 3,2 por ciento en ese periodo y los salariales subieron un 1,1 por ciento. El sector de la construcción asumió un crecimiento del coste neto del 1,5 por ciento (31.830,02). Todo lo contrario sucedió en el sector servicios, en el que, el descenso del coste neto por profesional alcanzó el 1,3 por ciento (29.545,12) y sirvió para compensar las subidas registradas por la industria y por el ladrillo. Dentro de los servicios, los costes no salariales cayeron el año pasado un 1,9 por ciento, mientras que los sueldos registraron un descenso total del 1,1 por ciento.

35.843

EUROS
Netos por empleado hicieron de la industria el sector con los costes más elevados.

sentar un mayor peso de las cotizaciones obligatorias a la Seguridad Social sobre el coste total. A la vez, en la industria energética y en la información y la comunicación fue donde se concentraron los mayores costes por despido, frente a la Administración Pública y las actividades sanitarias y de servicios sociales, donde los citados costes fueron inferiores.

En el último año, de acuerdo con las cifras que ofrece el INE, las empresas de mayor tamaño, aquellas con más de 200 trabajadores, pagaron sueldos más elevados por trabajador que las empresas pequeñas y medianas. En concreto, las grandes empresas abonaron en sueldos y salarios un total de 28.001,24 euros por trabajador, frente a los 23.943,65 euros de las empresas me-

dianas (que son aquellas que cuentan con una plantilla de entre 50 y 199 trabajadores) y a los 18.651,4 euros de las empresas pequeñas (las que emplean a entre 1 y 49 trabajadores).

Sandalio Gómez explica que la parte variable de las retribuciones a los empleados ha cambiado mucho en todos los sectores y que se ha puesto en relación con conceptos completamente distintos. Así, por ejemplo, si la rentabilidad primaba antes de 2007 en la parte variable de las retribuciones a los empleados de banca, ahora prima más criterios como la solvencia.

País Vasco, el mayor coste

Por comunidades autónomas, el mayor coste neto anual por trabajador lo registró de nuevo País Vasco (35.901,59 euros), seguido por Madrid (35.891,23 euros), Cataluña (32.902,89) y Navarra (31.908,37). Por el contrario las autonomías donde se registró un coste menor fueron Murcia (27.585,56 euros), Galicia (16.506,63 euros), Extremadura (25.685,01) y Canarias (25.418,79 euros).

Los datos del Instituto Nacional de Estadística evidencian que las mayores indemnizaciones por despido se abonaron en 2012 en Madrid y La Rioja, donde, además, fueron muy superiores a la media nacional. Mientras que los salarios más altos y los mayores gastos en beneficios sociales correspondieron a País Vasco y Madrid. Precisamente, en estas dos últimas autonomías y en Castilla-La Mancha fueron en las únicas en las que el coste laboral neto aumentó el año pasado.

El 95,5 por ciento de los centros de trabajo consultados (con un 88,9 por ciento de los trabajadores), regulaban sus relaciones laborales a través de un convenio colectivo. De ellos, más de la mitad (el 67,3 por ciento) eran de ámbito inferior al estatal. Del total de trabajadores, el 11,2 por ciento vieron modificadas sus condiciones laborales respecto a las establecidas en convenio.

Esta es precisamente una de las críticas que hacen los sindicatos a estas cifras. El secretario de Acción Sindical de UGT, Toni Ferrer, vinculó la caída de los costes laborales en 2012 a la reforma laboral aprobada por el Gobierno y que consideró lesiva porque ha destruido empleo y ha empeorado las condiciones de los trabajadores.

MÁLAGA



Un grupo de turistas de cruceros en fila la salida del puerto en dirección al Centro de Málaga. LA OPINIÓN

Málaga lanza un plan para animar al comercio a abrir durante los festivos

► El Ayuntamiento ayudará con promoción a las tiendas que decidan permanecer abiertas para atender a los cruceristas ► La iniciativa incluye publicidad en las navieras y mapas y folletos con los establecimientos que opten por la apertura ► La federación que agrupa a los comerciantes, Fecoma, desconfía de la propuesta e insiste en la falta de rentabilidad de los domingos

L. MARTÍN MÁLAGA

El Ayuntamiento pondrá en marcha una nueva estrategia para resolver el alargado rompecabezas comercial que pesa sobre los domingos y festivos desde que comenzaron a llegar cruceristas. Después de varios intentos infructuosos, la administración tratará de animar a los establecimientos a mantenerse abiertos durante los días de entrada y salida de buques y lo hará con un plan de estímulo basado fundamentalmente en la promoción frente a las navieras y los propios turistas. Una iniciativa observada todavía por el gremio con cierto escepticismo, pero que el Consistorio defiende como un camino a medio plazo para vencer poco a poco una resistencia con

la que no han podido ni el conjunto de las instituciones ni las mesas de negociación colectiva.

El concejal de Cultura, Turismo y Deporte, Damián Caneda, acompañado de la edil de Promoción Empresarial, Ana Navarro, presentó ayer la propuesta, que conecta, además, con una de sus obsesiones, la de sacar al comercio más rentabilidad turística —en la actualidad las cifras son muy pobres y únicamente un 4 por ciento de los visitantes ve a las tiendas como un motivo que justifica la visita—.

Caneda quiere romper con la imagen de ciudad adormilada que recibe en muchos domingos a los cruceristas —«tenemos que lograr que no parezcan zombies paseando por el desierto», seña-

Únicamente un 4 por ciento de los turistas que visitan a Málaga incluye el comercio entre sus motivaciones

El Consistorio ha utilizado el mismo área comercial rechazado por la Junta para delimitar el proyecto

ló Ana Navarro— y su nuevo aval se llama Málaga Cruise Shops, un programa en el que los comercios que se adhieran serán publicitados en mapas y folletos repartidos entre los visitantes.

La iniciativa incluye la distribución de material en las oficinas de turismo. La idea es que los cruceristas sepan de antemano don-

de se encuentran las tiendas abiertas. Incluso antes de atracar en Málaga, en la información que brindan las compañías en la víspera.

De momento, son 25 las tiendas que han aceptado el envite. El plan se desarrollará a partir de octubre con la referencia de todos los establecimientos que se adhieran en los próximos meses, que además recibirán un adhesivo a modo de distintivo. También se decorará la entrada a las tiendas con un patrón común —una alfombra roja y macetas— diseñado con el objetivo de resaltar la adscripción al programa y llamar la atención de los turistas.

Según Navarro, el proyecto está abierto para todos los comercios ubicados en la Zona de

LAS CLAVES

EXTENSIÓN

Un programa de estímulo desde La Malagueta a Mármoles

► La Zona de Gran Influencia Turística, a la que se adscribe el proyecto, fija sus límites en La Malagueta (hasta la calle Gutenberg), Armengual de la Mota, Avenida de La Aurora (hasta Héroe de Sostoa), Mármoles, Carretería, Victoria, Muelle de Heredia y el Puerto.

ENCUESTA

Más de la mitad de las tiendas, en contra de la libertad horaria

► Según la última encuesta encargada por el Consistorio, que fue presentada el pasado mes de mayo, más de la mitad de los comerciantes de Málaga se opone a la libertad horaria, si bien seis de cada diez reconocen que ampliarían su horario si tuvieran más respaldo institucional.

AMPLIACIÓN

Los turistas de la Costa del Sol, entre los nuevos objetivos

► El plan presentado por el Ayuntamiento no descarta extender su objetivo a los turistas de la Costa del Sol y distribuir los folletos sobre los negocios abiertos en los hoteles de la provincia. La iniciativa estará vigente del 1 de octubre al 30 de septiembre de 2014.

PREVISIÓN

Un año con más de 91.000 pasajeros y 44 buques

► En el año de influencia del programa está prevista la llegada de 44 barcos con 91.000 pasajeros. Más de 30 atraques se harán en festivo.



LA ENCUESTA

¿Es rentable para los comercios abrir domingos y festivos?



Alejandra Espada
DEPENDIENTA

«Lo de abrir los domingos y festivos me parece interesante. Es una buena iniciativa para tratar de fomentar el turismo en la ciudad»



Clemente Solo
COMERCIANTE

«Abrir domingos y festivos supondría un gasto elevado y readaptar el horario de trabajo. El pequeño comerciante ya votó por unanimidad no abrir estos días»



Almee Gálvez
COMERCIANTE

«No apoyo el programa. La subida de las tarifas de atraque del puerto han supuesto que el pasado mes sólo llegasen a Málaga seis cruceros»

Comercios. El proyecto del Ayuntamiento ha sido recibido por los comerciantes de manera dispar. Algunos creen que puede animar las ventas y aumentar el reclamo turístico, pero la mayoría coincide en señalar que no es rentable, ya que habría que readaptar los horarios y contratar a más empleados

Una iniciativa que no pone de acuerdo a los comercios



Vista de la calle Nueva, una de las zonas con más comercios pequeños del centro. ÁLEX ZEZA

APERTURA DOMINICAL

Una opción válida sólo para el 12 por cien

► Ni centro comercial abierto ni escaparates iluminados. Ni tan siquiera bullicio. A pesar de los intentos de los últimos años, Málaga sigue sin despertarse a tiempo para recibir a los cruceristas. Al menos, los domingos y los festivos, en los que los comercios que optan por abrir son todavía una minoría. En concreto, apenas el 12 por ciento. De acuerdo con una encuesta encargada recientemente por el Ayuntamiento, las razones de la negativa se centran principalmente en la falta de personal (24 por ciento) y el interés por descansar en esas fechas (33 por cien). Los días de la semana con más ventas, indica el trabajo, son los viernes y los sábados. La mayoría de los empresarios creen que los ingresos no compensarían los costes de abrir en domingo.

Gran Afluencia Turística, una demarcación propuesta por el Ayuntamiento para encajar la libertad de horarios y que fue rechazada por la Junta -el Consistorio, no obstante, ha recurrido-. El área, en cualquier caso, incluye desde La Malagueta a Victoria, Armengual de la Mota, Mármoles y Carretería.

La apertura adicional prevista en el plan es cinco horas, concretamente de 9.30 a 14.30. El Ayuntamiento trabaja también en una aplicación que permitirá trasvasar a los móviles toda la información incluida en la campaña.

ña. De los 66 domingos y festivos del año, 31 esperan la llegada de buques, lo que supone un movimiento de 44 barcos y alrededor de 91.000 pasajeros. «El comercio debe adaptarse a la transformación que ha experimentado la ciudad; hay que crear el hábito y cambiar la mentalidad», puntualizó Caneda.

Las reticencias, sin embargo, persisten. A pesar de los nuevos incentivos, el sector sigue sin ver rentable la apertura dominical. Especialmente, por el coste en recursos humanos y la falta de fe en la auge comercial de los cruceristas. Enrique Gil, presidente de la Federación de Comercio de Málaga (Fecoma), no se siente particularmente entusiasmado por una iniciativa en la que percibe además un intento deliberado por privilegiar a los establecimientos de un determinado distrito, en este caso el Centro. «No creo que en el fondo esté pensado para los cruceristas. Entre otras cosas, porque se incluyen puntos muy alejados de su circuito», indica.

Gil volvió a recordar que la ley de comercio interior ya concede libertad horaria a la mayoría de las tiendas -las que disponen de menos de 300 metros cuadrados- y que, sin embargo, son muy pocas las que en la práctica optan por extender la jornada y abrir los domingos y festivos. En el proyecto de Zona de Gran Afluencia Turística el Ayuntamiento de Málaga planeaba que se pudiera también acoger a esta posibilidad a las grandes superficies, lo que no fue bien visto por el resto de establecimientos.

DANIEL MALDONADO MÁLAGA

■ El programa Málaga Cruise Shop, que busca la apertura de comercios durante domingos y festivos que la ciudad reciba cruceristas, ha creado ya debate entre los comerciantes. Aunque algunos apoyan la iniciativa, la mayoría coinciden en que no sería beneficiosa para los pequeños comercios. El plan que entrará en vigor a partir de el 1 de octubre de este año cuenta actualmente con 25 comercios adheridos.

La iniciativa llevada a cabo por el Ayuntamiento está teniendo una acogida muy dispar entre los propietarios de los comercios del centro histórico de la ciudad. La mayoría de ellos no han tenido noticias del programa, y sólo unos pocos tenían cierto conocimiento de él.

Por un lado, un grupo reducido reconoce que la iniciativa permitiría reforzar la economía malagueña, incentivando el comercio y el empleo. Además aumentaría el reclamo turístico de la ciudad al contar con un mayor número de comercios abier-

«El pequeño comercio ya votó por unanimidad no abrir durante domingos y festivos», señala Clemente Solo

Los propietarios reconocen que el programa no beneficiaría a los pequeños comercios de la ciudad

tos. Algunos como las tiendas de «souvenirs» o comercios situados en zonas de mucho ajetreo turístico como el Museo Picasso o la Catedral ya abren tanto los domingos como los festivos, aprovechando tanto la recepción de cruceristas como el turismo que recibe la ciudad, sobre todo durante el verano.

«No es rentable»

Por otro lado, la mayor parte de los propietarios de comercios del Centro Histórico de la capital malagueña reconocen que no ven el plan como una «iniciativa rentable» que les pueda interesar. Clemente Solo, comerciante de larga tradición fa-

miliar, señala que «el pequeño comerciante ya votó por unanimidad no abrir los domingos y festivos». Además abrir estos días supondría readaptar los horarios y aumentar los gastos del comercio, ya que se necesitarían buscar otros empleados para cubrir las nuevas horas de trabajo. Algunos propietarios del Centro reconocen que «si abrimos domingos y festivos nos arriesgamos a que la Junta de Andalucía nos multe. Nos deberían asegurar que no correríamos peligro».

Otros confiesan haber probado en alguna ocasión a abrir durante domingos y festivos, sin embargo no obtuvieron un balance muy positivo y los beneficios fueron escasos, por lo que decidieron no probarlo más.

Además hay comerciantes que reconocen que el programa tiene difícil cumplir sus objetivos ya que las tarifas de atraque del puerto han subido tanto que el número de barcos que llegan a Málaga se ha reducido considerablemente, comenta uno de los propietarios.

MÁLAGA

TURISMO | OFENSIVA MUNICIPAL PARA TENER "UNA CIUDAD VIVA"

El Ayuntamiento 'motiva' a los comercios para abrir los domingos

● El Consistorio informará a las navieras y cruceristas sobre los negocios que no cierran ● Los establecimientos tendrán una alfombra roja, macetas y un sello en la puerta para distinguirse

Ángel Recio MÁLAGA

El Ayuntamiento de Málaga quiere acabar con los comercios cerrados los domingos y festivos, al menos, en aquellas jornadas en las que se prevé la llegada de miles de cruceristas, que se quejan de que paseen por una ciudad casi fantasma. Los comerciantes son reacios a abrir los domingos porque no quieren perder su día de descanso semanal y creen que contratar a otra persona para cubrir esas horas no les resulta rentable desde el punto de vista económico. Las áreas de Turismo y Promoción Empresarial, con el apoyo del distrito Centro, quieren revertir esa sensación y han creado una campaña promocional que supone el primer paso serio para que el centro de la ciudad presente otra cara en esos domingos y festivos.

La campaña se llama *Málaga Cruise Shops* y su funcionamiento es bastante sencillo. Los comercios que se adherirán recibirán una doble promoción. Por una parte, el Consistorio editará una guía en la que se mostrarán los nombres de los establecimientos abiertos, qué venden y su localización y se la entregarán a las navieras y a los cruceristas para que éstos sepan dónde pueden acudir sin temor a que el comercio esté cerrado. En segundo lugar, por si algún turista se despista, se le dará a cada negocio una alfombra roja y unas macetas para colocar en su entrada, así como un sello distintivo para que lo pegue en su escaparate. De esta forma el viajero no solo identifica el comercio en cuestión sino que éste, además, se distingue de su competencia. Además de los folletos, los mapas y la decoración, se está desarrollando una aplicación móvil para iOS y Android que, una vez descargada en el teléfono o la tablet, ofrecerá toda esa información al crucerista, posibles ofertas del establecimiento y le guiará a través de los sistemas de geolocalización. Por ahora se descarta conceder bonificaciones fiscales u otros incentivos económicos.

A cambio, el propietario del



Una turista oriental pasa junto a un comercio con postales de Málaga junto al Museo Picasso. A la izquierda, el logotipo del sello distintivo que tendrán los establecimientos que se adherirán a la campaña.

es abrir todos los domingos y festivos que vengan cruceros a Málaga —es decir 31 de un total de 66— durante un año; y el tercero es que su negocio esté operativo esos días desde, al menos, las 9:30 hasta las 14:30.

Incorporarse o no a esta campaña es totalmente voluntario si bien hay un plazo definido para hacer lo que concluye el 30 de septiem-

Cultura, Turismo y Deporte, "que los cruceristas y otros turistas se encuentren los domingos y los festivos una ciudad viva" y como muestra destacó que en está previsto el atraque en Málaga de 44 cruceros con 91.000 pasajeros a bordo en esas jornadas festivas.

El Ayuntamiento afirma que ya ha presentado esta campaña a los comerciantes y, en principio, parece que ha sido bien recibida. Otra cosa es lo que éstos hagan después, ya que no hay costumbre de abrir los domingos en la capital como sí sucede en otros municipios turísticos. "Los comerciantes se tienen que dar cuenta de que somos una ciudad turística. Hemos pasado de recibir a 800.000 viajeros al año a cuatro millones y el comercio se tiene que adaptar a los tiempos que vivimos", indicó Caneda, quien puso como ejemplo al sector hostelero, pues "muchos restaurantes cerraban los domingos y luego vieron que era un buen día".

En estos momentos solo el 4% de los turistas asegura que viene a Málaga motivado por las compras, frente al 75% de Madrid. Queda mucho camino por recorrer y el primero es convencer a los comerciantes de que puede haber negocio los domingos y festivos con los cruceristas como referente.

comercio debe cumplir varios requisitos. El primero es estar en el radio de acción de la zona de Gran Afluencia Turística que delimitó el Ayuntamiento en noviembre del año pasado, es decir, entre La Malagueña y la calle Gutemberg en el área este, Armengual de la Mota, desde la Avenida de la Aurora hasta Héroe de Sostoa en la zona oeste, Mármoles, Carretería, Victoria, Muelle Heredia y Puerto. La segunda exigen-

Se estima que llegarán 91.000 cruceristas en 44 barcos en 31 domingos y festivos

bre, pues los técnicos municipales tienen que comunicar a las navieras cuáles son los comercios que abren y editar las guías correspondientes. Si pasado ese plazo algún comercio quiere entrar tendrá que esperar un año. Por ahora se han adherido 25 comercios del centro histórico—en estos momentos apenas abren una docena los domingos— y se está a la espera de ver cuántos más se suman en los dos meses que quedan.

El objetivo de esta iniciativa es, según Damián Caneda, concejal de

El Ayuntamiento incentiva la apertura de los comercios en domingos y festivos

La iniciativa 'Málaga Cruise Shops' trata de concienciar a los empresarios de que es rentable abrir los días que llegan cruceristas

:: ALEXIS OJEDA

MÁLAGA. Evitar que Málaga parezca una ciudad fantasma los domingos y festivos en los que lleguen cruceros a la capital. Con este reto nace 'Málaga Cruise Shops', un proyecto presentado ayer por el concejal de Cultura, Turismo y Deporte, Damián Caneda, y la concejala de Promoción Empresarial y del Empleo, Ana Navarro. El objetivo es fomentar la apertura de los comercios los domingos y festivos en los que se prevea la llegada de cruceros. De los 66 domingos y festivos de este año, en al menos 31 de ellos atracarán en el puerto 44 buques con 91.000 pasajeros.

«Queremos posicionar a Málaga como destino de turismo de compras. Los últimos estudios indicaban que tan solo un 4% de los visitantes vienen con la intención de comprar y eso hay que cambiarlo. Hay que concienciar a los propietarios de los comercios de que es rentable abrir esos días al estar garantizada la llegada en barco de miles de personas», destacó Damián Caneda.

Zona de afluencia turística

El ámbito de actuación de 'Málaga Cruise Shops' abarca la zona de gran afluencia turística (ZGAT) delimitada en noviembre del año pasado por el Ayuntamiento de Málaga, y que comprende, la Malagueta Este, Armengual de la Mota, avenida de la Aurora al Oeste (Hasta la calle Héroe de Sostoa), Mármoles, Carretería, Victoria al Norte y Muelle de Heredia, y la parte del Puerto al Sur. El pro-

yecto estará vigente desde el próximo 1 de octubre hasta el 30 de septiembre de 2014.

Los comercios adheridos a esta campaña –de momento hay 25– se comprometerán a abrir durante un año todos los festivos en los que haya navieras en la ciudad, de 9.30 a 14.30 horas. A cambio, desde el Consistorio se les ofrecerá formar parte de una campaña de promoción desde el área de Turismo y Promoción Empresarial. «Se editarán folletos y mapas con sus ubicaciones para que los cruceristas puedan localizarlos, se informará a la navieras del plan y se colocará en los comercios tapices rojos y macetas en sus entradas para que estén

bien señalizados a ojos del visitante», explicó Ana Navarro.

Asimismo, los nombres de los comercios que formen parte del proyecto serán facilitados en los informes que las navieras entregan a los cruceristas la noche anterior a la llegada a una ciudad. Además, el plan también

Veinticinco establecimientos se han comprometido ya a participar en la campaña

contempla la preinscripción de estos establecimientos en las oficinas de turismo, las operadoras de excursiones de cruceros, los consignatarios y los guías turísticos.

Con esta iniciativa se pretende beneficiar a la economía malagueña y dar una mejor atención a los turistas que lleguen a Málaga, de modo que encuentren una ciudad viva, en la que se puedan realizar múltiples actividades de ocio. «Había una gran demanda para que esta iniciativa se llevara a cabo. Hay que darle tiempo a este proyecto para ver los resultados. Ya con los 25 adheridos actuales estamos contentos pero esperamos que se animen más», apuntó Caneda.

DATOS DEL PROYECTO

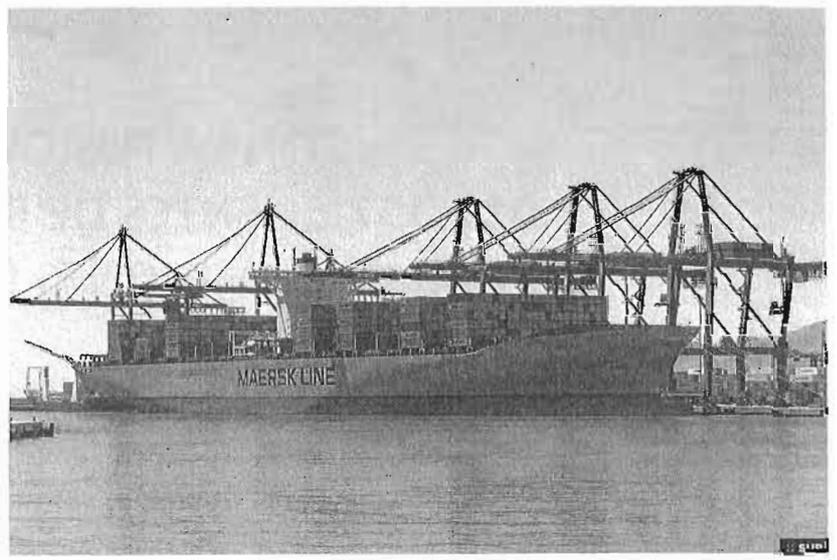
► **Destinatarios.** El proyecto está dirigido a los comercios ubicados en la zona de gran afluencia turística (ZGAT) de Málaga capital.

► **Finalidad.** Los comercios adheridos a la iniciativa se comprometerán a abrir durante un año –desde el 1 octubre de 2013 al 30 septiembre 2014– todos los festivos y domingos que haya navieras en la ciudad, de 9.30 a 14.30 horas.

► **Ventajas.** Aquellos establecimientos inscritos aparecerán en folletos y mapas que editará el Ayuntamiento con la localización de cada uno de ellos para que los cruceristas puedan ubicarlos. Además, se informará a las navieras del plan para que informen a los pasajeros, y se colocarán ante los comercios tapices rojos y macetas para que los visitantes los identifiquen.

LA MAYOR CARGA DE CONTENEDORES EN LA TERMINAL

La Terminal de Contenedores del Puerto de Málaga, gestionada por la compañía Noatum Container Terminal Málaga, realiza estos días la mayor operativa de carga de contenedores que se ha efectuado en el recinto portuario. Se trata de más de 10.200 TEUs, que están siendo embarcados en un total de 5.500 contenedores con destino Asia desde el pasado domingo y con previsión de finalizar el próximo día 31 de julio. La operación se está llevando a cabo en el buque portacontenedores 'Emma Maersk', uno de los mayores del mundo, que hizo su primera escala en el puerto en el año 2009.



La EMT impulsa un sistema de préstamo de bicicletas

El servicio cuenta con 400 unidades en más de 600 puntos de estacionamiento repartidos en 20 estaciones por la ciudad

INMACULADA MONTES / Málaga

Un sistema de 400 bicicletas ubicadas en más de 600 puntos de estacionamiento repartidos en 20 estaciones es el nuevo servicio automático de préstamo de bicicletas que la Empresa Malagueña de Transporte (EMT) pone en marcha en la ciudad de Málaga.

El alcalde, Francisco de la Torre, junto a la directora general de Tráfico, María Seguí, acompañados del concejal delegado de Accesibilidad, Movilidad y Ordenación del Territorio, Raúl López, presentaron este lunes la incorporación de este servicio que complementa al transporte público.

«Somos la primera y única ciudad en España que tiene este servicio asociado al transporte público, al cual además potencia, algo imprescindible en la línea de impulsar la movilidad sostenible y máxima seguridad con un medio cómodo y seguro», declaró De la Torre.

Así, desde el próximo lunes 5 de agosto los usuarios podrán comenzar a retirar bicicletas de diferentes puntos de la ciudad, no sin antes realizar una petición de alta en el servicio, bien de forma presencial o por la vía telemática en las oficinas o web de la EMT respectivamente. Una vez realizada, se podrá acceder al préstamo de la bicicleta

utilizando la tarjeta de bus urbano.

El servicio, que ha contado con un inversión de cinco millones de euros y un mantenimiento anual de un millón, estará disponible todos los días del año desde las 7 de la mañana a las 11 de la noche. Este sistema aprovechará la red de carriles bici, que supera en la ciudad los 26 kilómetros, para el desplazamiento entre estaciones.

Asimismo, será un sistema de préstamo gratuito en los primeros 30 minutos durante el primer año, aunque habrá que abonar un importe de cinco euros por el seguro de responsabilidad civil.

Sobrepasada la primera media hora se establece una tarifa «de baja cantidad económica» (0,5 euros) por cada media hora adicional de uso. A partir de este año gratuito el coste será de 20 euros anuales para cubrir los gastos.

«No se pretende hacer negocio de alquiler de bicicletas, sino un sistema de préstamo rápido asociado al uso de autobús como complemento a la movilidad urbana», señalaron desde el Consistorio.

De momento son sólo cinco las estaciones que están completamente instaladas en las principales vías de comunicación de Málaga: Plaza de la Marina, Paseo Antonio Machado (Edificio de Usos múlti-



El alcalde inaugurando el servicio en la Plaza de la Marina. / A PASTOR

ples), Paseo Antonio Machado (Calle Princesa), Paseo Antonio Banderas (Diputación) y Avenida Dr. Gálvez Ginachero.

Otras cinco se encontrarán disponibles en las próximas semanas y estarán ubicadas en la Plaza de la Merced, Avenida Comandante Banítez (Centro de Arte Contemporáneo), Martínez Maldonado (Junta de distrito 4), Santa Rosa de Lima (Ciudad Deportiva) y la Estación de Autobuses.

La decena restante de estaciones, aún en construcción, se encuentran en puntos como la Plaza de Torrijos, el Polideportivo Ciudad Jardín o el Arroyo de los Ángeles entre otros, y se implementarán en los próximos meses, de forma que

El servicio será gratuito el primer año durante los 30 minutos iniciales

Este sistema tiene una inversión superior a los 5 millones de euros

a finales de año «se espera que estén las 20 estaciones operativas» según el alcalde.

Todas ellas contarán con 25 ó 60 puntos de anclaje, diseño que puede variar dependiendo del uso que los ciudadanos hagan de las bicicletas, y se irá adaptando a las necesidades de movilidad de Málaga.

«Se trata de un importante método alternativo de movilidad para paliar problemas de seguridad vial en núcleos urbanos», valoró la directora general de Tráfico. Una iniciativa que, según Seguí, «coincide con políticas de la DGT mediante las cuales se intenta favorecer la segura convivencia de vehículos con peatones y ciclistas».

El Consistorio diseña un plan para que comercios del centro abran los domingos en que hay crucero

Esos días miles de turistas transitan por las calles del casco antiguo de la capital

MERCEDES LARA / Málaga

El Ayuntamiento de Málaga vuelve a intentar que los comercios del centro histórico mantengan abiertas sus puertas los domingos y festivos, al menos, coincidiendo con los días en los que está prevista la llegada de cruceros a la ciudad, lo que supone que miles de turistas transiten por las calles del casco antiguo.

De momento, son 25 los establecimientos que se han adherido a la propuesta denominada Málaga Cruise Shops, y que incentiva a los comercios que decidan abrir durante esas jornadas «para posicionar la

ciudad como destino de compras», según indicó ayer durante su presentación la concejal de Promoción Empresarial y Empleo, Ana Navarro.

Dicha iniciativa se desarrolla bajo el paraguas de la marca Málaga Shopping City, ya se ha presentado previamente al tejido empresarial y pretende lograr «que el turista pueda disfrutar de la oferta comercial y que, al mismo tiempo, la apertura de los comercios sea rentable para sus propietarios al estar garantizada la llegada de miles de personas esos días a la capital malagueña», explicó Navarro.

En concreto, el ámbito de actuación del proyecto es el de la Zona de Gran Afluencia Turística (ZGAT) delimitada por el Ayuntamiento de Málaga en noviembre del año pasado: el espacio comprendido entre La Malagueta al Este (hasta la calle Gutenberg), Armengual de la Mota y la avenida de la Aurora al Oeste (hasta la calle Héroe de Sostoa), las calles Mármoles, Carretería y Victoria al Norte y Muelle de Heredia y el Puerto al Sur.

Por su parte, el concejal de Turismo, Cultura y Deporte, Damián Caneda resaltó que la apertura de los

comercios en los domingos y festivos que hay cruceros «beneficia a la economía malagueña y a los turistas». Así, prosiguió, «que los comercios estén abiertos es siempre una demanda de los visitantes, que quieren encontrarse con una ciudad viva». En ese sentido recordó que «hay una demanda cada vez mayor para que al menos los domingos y festivos que llegan cruceros a la ciudad haya un gran número de comercios abiertos». Como datos, Caneda aportó que de los 66 domingos y festivos del año, en al menos 31 atracarán en el Puerto buques de crucero. Además, «en es-

tos días está previsto que lleguen un total de 44 barcos, con 91.000 pasajeros a bordo», avanzó.

Málaga Cruise Shops estará vigente desde el 1 de octubre hasta el 30 de septiembre de 2014. Los comercios adheridos se comprometen a permanecer abiertos durante un año, todos los días festivos en los que haya navieras en la ciudad hasta mediodía. A cambio, el Ayuntamiento editará folletos y mapas para que los cruceristas puedan localizar los establecimientos abiertos e informará de este plan a las navieras. Asimismo, colocará un distintivo en los escaparates de los comercios adheridos y se les proporcionarán elementos decorativos para ubicar en la entrada. Además, el consistorio ya trabaja en el diseño de una aplicación para teléfonos móviles (Iphone y Android) que incluirá toda la información del proyecto.

De la Torre dice que le interesa el metro en superficie, «pero no por el Centro»

► El alcalde insiste en que para la Alameda Principal y el Parque «no caben cambios» respecto al proyecto inicial, «definido y pactado»

LA OPINIÓN MÁLAGA

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, admitió ayer su interés por el metro ligero en superficie «para algunas zonas de la ciudad, pero no para el Centro. De la Torre hizo esta afirmación en referencia a la exposición sobre distintos ejemplos de metros ligeros instalada por la Consejería de Fomento y Vivienda en el Palmeral de las Sorpresas señalando que no ha tenido la ocasión de visitarla porque su agenda está «muy apretada», pero que tampoco tiene «reparo en hacerlo». En ese contexto admitió que este modelo le puede interesar pero no para el centro, sino «para otras zonas de la ciudad».

Al respecto, De la Torre recordó que en la zona de la Universi-

dad «defendí la posición del tranvía», pero en el Centro «creemos que hay que seguir con el proyecto que está definido, pactado y contemplado en el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) y en el Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Málaga (Potaum)». Por tanto, «no caben cambios», subrayó.

El alcalde no rechazó la posibilidad de conocer propuestas de tranvías que existan en otras ciudades españolas y de fuera de España, pero dejando claro que por la Alameda Principal y el Parque «tienen que pasar dos líneas, la 1 y la 2, y con una solución en superficie sólo pasa la 1 y la 2 se queda al otro lado del río Guadalmedina».



Aspecto de la exposición sobre metros ligeros en el Palmeral. LA OPINIÓN

INFORME TÉCNICO MUNICIPAL

El nuevo trazado es opuesto al PGOU

► De la Torre dio a conocer el pasado jueves un informe técnico elaborado por varias áreas municipales y la Gerencia de Urbanismo en el que se indica que el proyecto de construcción y urbanización del trazado de la línea 1 del metro de Málaga, durante el tramo Guadalmedina-La Malaguetá, «no se adecua al planeamiento territorial y urbanístico de la capital», contradiciendo concretamente el Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Málaga (POTAUM) y el PGOU. Añade que «la red del metro a la que se refiere el POTAUM es la aprobada inicialmente, por lo que si se convierte en tranvía no se logran los objetivos previstos por su incidencia en la ordenación espacial y funcional de la Alameda-Parque que, según el informe, es inaceptable».

En consecuencia, De la Torre volvió a insistir en que, atendiendo al proyecto defendido por la Consejería que dirige Elena Cortés, habría «un incumplimiento muy claro de lo que está previsto en las planificaciones».

La Consejería de Fomento de la Junta de Andalucía defiende que el metro atraviese el Centro de la ciudad en superficie, mientras que el Ayuntamiento aboga por que vaya soterrado.

El auge de los congresos frena la estacionalidad turística en Málaga

El decano de la Facultad de Turismo, Antonio Guevara, dirige un curso en la UMA que busca optimizar este tipo de segmento en la provincia

IVÁN GELIBTER

MÁLAGA. El sector turístico malagueño —tradicionalmente relacionado con el sol, la playa y el golf— amplió su oferta hace ahora diez años con la inauguración del Palacio de Ferias y Congresos en la capital, que se sumó al existente en Torremolinos desde los años setenta. A partir de entonces, y de manera exponencial, este nuevo segmento ha ido ampliando su oferta. Para Antonio Guevara, decano de la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga, que dirige el curso de verano monográfico sobre este asunto, «uno de los principales impactos de la industria de reuniones y eventos es que fomenta que no haya estacionalidad en el sector», a lo que añadió que «otro de los beneficios se encuentra en el retorno hacia otras áreas, como como la cultural y la de servicios, además de la evidente subida en las pernотaciones».

Pese a la alta competencia existente en el negocio de congresos, Málaga se ha convertido, para Guevara, en «una de las ciudades más importantes y atractivas para el sector tras Madrid y Barcelona». Tanto la oferta turística como la cultural de la provincia son, para el decano, una de las claves de este auge, aunque, tal y como comentó, «el hecho de contar con unas organizaciones de profesionales de congresos tan buenas ayudan a poder ir consiguiendo cosas que antes eran totalmente imposibles». El director del curso, que fue presentado ayer, valoró muy positivamente la colaboración que las administraciones están mostrando con este modelo de negocio ya que, según afirmó, «genera bastante impacto económico en aquellas ciudades que lo aprovechan».

Dentro del marco de la investigación —una de las funciones básicas de las universidades— el decano quiso hacer especial hincapié en algunas de las cuestiones que, según él,



Asistentes a la presentación de la segunda semana de cursos de verano de la UMA. :: SUR

Cinco días para el análisis de la Semana Santa malagueña

Otro de los platos fuertes de la segunda semana de cursos en la UMA es el ciclo titulado 'Semana Santa de Málaga. Su idiosincrasia'. Dentro de este marco de estudio, hoy se podrá asistir a la conferencia 'El pregón desde el punto de vista textual y el análisis retórico', que será pronunciada por el profesor Antonio Garrido Moraga y que contará, tras la

«debieran tratarse en profundidad para optimizar el segmento». Una «reorganización» de la propia industria de eventos, así como un estudio de la calidad de los servicios y la coordinación de los centros dedicados a este tipo de negocios, son algunos de los temas «cruciales» dentro de la mejora del sector. Asimismo, Guevara añadió que uno de los objetivos

principales del curso, que se inició por la mañana en el edificio del Rectorado, era «traer profesores que irradien conocimiento para crear en el futuro un curso de especialización». Tanto las ponencias como las mesas redondas que se realizarán durante la semana, y que ayer presentaron, junto a otros tres cursos, la rectora de la UMA, Adelaida de la Ca-

lla, y el alcalde, Francisco de la Torre, versarán sobre cinco aspectos clave para mejorar la productividad del segmento. 'Impactos de la industria de reuniones y eventos en el turismo' es el título escogido por el decano para hablar, no solo de aspectos organizativos y cualitativos, sino también sobre cómo influyen los eventos en otras áreas —como la cultural o la hostelera—, el retorno de la inversión, o la búsqueda de mercados asociativos y participativos.

lla, y el alcalde, Francisco de la Torre, versarán sobre cinco aspectos clave para mejorar la productividad del segmento. 'Impactos de la industria de reuniones y eventos en el turismo' es el título escogido por el decano para hablar, no solo de aspectos organizativos y cualitativos, sino también sobre cómo influyen los eventos en otras áreas —como la cultural o la hostelera—, el retorno de la inversión, o la búsqueda de mercados asociativos y participativos.

Tecnología de la información

La forma en la que los nuevos modelos de comunicación afectan al turismo de congresos será uno de los temas en lo que se profundizará más durante estos días. «Se hablará —contó el decano de Turismo— de diferentes tecnologías para mejorar la organización de los eventos, desde que llega el conferenciante o turista y se ve envuelto en la propia reunión, pero también en sinergia con los acontecimientos que haya en la ciudad». Para Guevara, el uso de estas tecnologías servirá para mejorar la forma en la que se trabaja.

La Junta asesorará a los turistas sobre la presentación de reclamaciones en comercios

SUR

MÁLAGA. El consejero de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, Rafael Rodríguez, firmó ayer lunes un acuerdo con las principales organizaciones de consumidores como Facua Andalucía, la Unión de Consumidores de Andalucía (UCEA) y la Federación de Andalucía de Consumidores y Amas de Casa (Al-Andalus), mediante el cual se pondrá en marcha una serie de actuaciones como la creación de la unidad de asistencia al turista, que tendrá como función principal «asesorar a los viajeros sobre la forma de presentar reclamaciones».

Otra de las medidas previstas en el acuerdo será la elaboración conjunta de un protocolo de buenas prácticas para su posterior aplicación y cumplimiento por parte de establecimientos hoteleros y hosteleros.

De esta forma se pretende reforzar con este pacto a Andalucía como destino y ahondar en el campo de la excelencia turística, en este caso desde la perspectiva de los consumidores.

Según destacó Rodríguez durante la firma del convenio, el objetivo de este pacto es «la protección de los derechos del turista como usuario de bienes y servicios, además de garantizar su satisfacción con el objetivo de mejorar la calidad y la competitividad de la comunidad como destino. Esta es la mejor promoción posible que Andalucía puede ganar en los mercados, un turista satisfecho es una promoción permanente del destino turístico», explicó el consejero.

Organizaciones

La colaboración con los consumidores incluye una serie de actuaciones encaminadas a «fomentar la participación activa de las organizaciones de consumidores en las políticas turísticas de la administración autonómica, de una manera especial en el III Plan de Calidad Turística que se está elaborando, así como la puesta en marcha de mecanismos que faciliten al viajero toda la información y asesoramiento sobre sus derechos a la hora de consumir productos turísticos durante su estancia», subrayó el consejero.

Para ello, Rodríguez ha anunciado que se va a crear la Unidad de Asistencia al Turista, que tendrá como funciones «asesorar a los viajeros sobre la forma de presentar reclamaciones para hacer efectivos sus derechos, intervenir en la resolución de conflictos entre usuarios y prestadores de servicios en un corto periodo de tiempo, informar sobre buenas prácticas y trasladar a la inspección turística las denuncias o quejas que se produzcan en esta materia».

La Diputación aprueba hoy la partida para comprar el edificio del Patronato de Turismo

ANTONIO M. ROMERO

MÁLAGA. El pleno de la Diputación Provincial de Málaga tiene previsto aprobar en su sesión de hoy, martes, la modificación presupuestaria necesaria para destinar 5,2 millones de euros a la adquisición del edificio del Patronato de Turismo de la Costa del Sol —sito en la plaza

del Siglo de la capital—. Una operación con la que se pretende, de un lado, rescatar a este organismo de su actual situación de asfixia económica y, por otro, ubicar en este céntrico edificio el Museo Taurino de Málaga-Colección Juan Barco.

De esa cantidad, 3,6 millones de euros corresponde a la carga hipotecaria y el resto al pago de proveedores, según explicaron desde el equipo de gobierno del PP.

«Un disparate»

Desde los grupos de la oposición de izquierdas, PSOE e IU, coincidieron en calificar de «disparate» que se destine esta cantidad para abrir un mu-

seo taurino, según explicaron sus portavoces tras la comisión informativa de Modernización celebrada ayer.

«Es un auténtico disparate. El presidente de la Diputación, Elías Bendedo, está demostrando cuáles son sus prioridades: antepone los toros al empleo, la educación, las políticas sociales o el arreglo de carreteras», afirmó el socialista Francisco Conejo. Antonia Morillas, de IU, criticó que el PP destine esta cantidad a comprar un edificio para instalar una colección privada que no se sabe «si vendrá o no» y recordó el fallido Museo de las Gemas en Tabacalera.



Las dunas de Artola, en Marbella, una de las pocas zonas libres de urbanización en la Costa del Sol Occidental. J.Z.

Málaga tendrá 1.700 hectáreas protegidas con la aplicación del decreto del litoral

► La provincia es que tendrá menor porcentaje de protección al ser la que ya tiene más superficie urbanizada en primera línea ► El proyecto, que ayer salió a información pública, afecta a trece sectores de suelo urbanizable, en los que estaba prevista la construcción de casi 4.000 viviendas

Virginia Guzmán
MÁLAGA



■ Más de 1.700 hectáreas del litoral de la provincia de Málaga quedarán protegidas cuando se haga efectivo el plan de protección del litoral impulsado por la Junta de Andalucía, que ayer salió a exposición pública tras su publicación

en el BOJA. El decreto de la Administración regional, que busca librar de la urbanización la mayor superficie posible de los primeros 500 metros de litoral desde el dominio público-terrestre, protegerá así con las dos nuevas figuras creadas más de 1.200 hectáreas de suelo malagueño, que se sumarán a otras 500 ya protegidas como espacios naturales o

dentro del Plan de Ordenación Territorial (POT), según refleja la memoria de ordenación consultada por este periódico.

No obstante, esta medida, no recibida con agrado por la mayoría de ayuntamientos porque puede suponer la paralización de proyectos previstos, beneficiará más a otras provincias que a Málaga, que se sitúa a la cola por una razón

muy simple: su litoral es el que está más urbanizado de toda la comunidad -una circunstancia, sin embargo, menos pronunciada en la zona de la Axarquía-. Así, mientras que en Almería, Huelva o Cádiz quedará protegida más de la mitad de la superficie de su ámbito litoral, en el caso de Málaga ese porcentaje se queda en el 20% -un 6,2% del total regional-.

REACCIONES

Estepona y Mijas estudian alegar

► Los ayuntamientos de Marbella y Fuengirola no presentarán alegación alguna a la normativa andaluza que regula con construcción en los primeros metros de sus costas. Ambos consistorios aseguran que al tener sus planes urbanísticos aprobados con fecha reciente no les afecta dicho decreto.

Si que lo hará, muy posiblemente, el Ayuntamiento de Estepona, cuyos responsables gubernamentales creen, según fuentes cercanas, que el decreto invade competencias municipales. En este sentido, el ente local manifestó en su momento que esta incipiente normativa dejaba en suspenso proyectos como el previsto por la Casa Real Saudi. También estudia seriamente presentar alegaciones el Ayuntamiento de Mijas, aunque según indicaron fuentes cercanas a su gobierno, aún no existe ninguna decisión tomada. Y es que en la localidad costasoleña habría varias zonas afectadas seriamente por este decreto.

La memoria de ordenación recoge que serán trece los sectores afectados por la aplicación del decreto, entre suelo urbanizable sectorizado y suelo urbanizable no sectorizado, que en total suman 204 hectáreas. En estos terrenos afectados por la protección se prevé la construcción de 3.961 viviendas.

El informe señala que las zonas de libres de edificaciones «con cierta amplitud» sólo se presentan en el litoral oriental, «en especial en algunos tramos donde las condiciones físicas son inadecuadas para su urbanización», ya sea por fuertes pendientes o por la fragilidad paisajística. El plan divide en tres zonas el litoral provincial: la costa occidental, «uno de los escenarios más transformados del litoral andaluz»; la aglomeración urbana de Málaga, «prácticamente colmatada por la urbanización» y

Diputación tendrá la sede del Patronato de Turismo por 5,2 millones de euros

● El organismo supramunicipal lo aprobará hoy en el Pleno ● Irá un museo taurino y la oposición afirma que es "un disparate"

Ángel Recló MÁLAGA

La Diputación comprará la sede del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, ubicada en la Plaza del Siglo, por 5,2 millones de euros, una cantidad similar a lo que costó el inmueble y su posterior rehabilitación cuando fue inaugurado en mayo de 2008. En el orden del día de la comisión informativa de Modernización de

El edificio, ubicado en la Plaza del Siglo, tiene una hipoteca de 3,6 millones de euros

Diputación, celebrada ayer previa al pleno que tendrá lugar hoy, se aprobó una modificación de crédito por valor de siete millones de euros en la que se incluye esa partida para el Patronato y otros dos millones de euros para "reforzar" la Oficina del Alcalde.

El presidente de Diputación y del Patronato, Elías Bendodo, anunció a finales de mayo que la institución turística vendería su

sede para poder hacer frente al pago de la hipoteca y que Diputación estaba interesada en su compra para instalar allí un museo taurino. La asamblea del Patronato aprobó el 30 de mayo la venta del edificio y se abrió un periodo para tasar el inmueble al precio actual de mercado. Esa tasación aún no ha concluido, pero Diputación ha reservado 5,2 millones de euros para la operación.

El Patronato de Turismo depende en más de un 90% de las aportaciones económicas de Diputación, mientras que los empresarios turísticos inyectan el resto. Al ente turístico aún le quedan por pagar 3,6 millones de euros de hipoteca, a razón de 411.000 euros anuales a los que habría que sumarle otros 100.000 euros al año en mantenimiento. Bendodo indicó en mayo que con esa carga económica era "imposible darle viabilidad y fortaleza al Patronato". De hecho, el año pasado cerraron la sede y se fueron al edificio de Diputación en la Plaza de la Marina para ahorrar costes.

Con esos 5,2 millones de euros, el Patronato se quita la hipoteca y hasta recibe otros 1,6 millones de euros para promoción o para ha-



Arturo Bernal, gerente del Patronato, y Elías Bendodo, presidente de Diputación y Patronato, en mayo.

cer frente a otros pagos —la entidad debe 1,2 millones a proveedores—. Sin embargo, pierde un inmueble en pleno centro de Málaga y vuelve a quedarse sin sede propia —antes estuvo durante años en el Palacio de Congresos de Torremolinos—. La oposición acusó a Bendodo de descapitalizar el Patronato, señalando que Diputación podría haber transferido esos 3,6 millones de euros al

organismo turístico, al ser su principal socio, y permitir que el Patronato mantuviera ese activo inmobiliario.

El edificio del Patronato tiene el inconveniente de que solo está catalogado para uso público, lo que impide hacer viviendas, comercios u otro tipo de instalaciones. Se han iniciado los trámites para su recalificación a residencial, pero pueden tardar unos dos años.

Tanto PSOE como IU criticaron ayer la compra del edificio, que calificaron de "disparate". Ambas formaciones denunciaron que se vaya a invertir esa cantidad con el objetivo de quedarse el inmueble y abrir un museo taurino. "Anteponer los toros al empleo, la educación, las políticas sociales o el arreglo de carreteras", dijo Francisco Conejo, portavoz socialista.

El aeropuerto moverá casi 2.500 aviones con más de 400.000 viajeros esta semana

El día de mayor tráfico será el sábado 3 de agosto, con 386 vuelos de entrada o salida

A. R. MÁLAGA

El aeropuerto de Málaga bulle de actividad durante estos días, en los que comienza de forma oficial el momento culmen del turismo en la Costa del Sol. En el recinto malagueño habrá esta semana 2.493 vuelos, tanto de entrada como de salida, que tienen capacidad para mover un total de 414.058 pasajeros, según los da-

tos aportados por Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (Aena). Este organismo desconoce si los aviones irán todos completos, aunque dada la fecha se estima que la ocupación sí será muy alta, máxime porque muchas compañías han reducido las frecuencias a cambio de más ocupación en los vuelos.

El día más activo de esta semana será el sábado 3 de agosto, en el que está previsto el aterrizaje o despegue de 386 aviones con 66.687 plazas disponibles. Eso quiere decir que habrá momentos pico en los que entrarán o saldrán vuelos prácticamente cada minuto. Fuentes de Aena recuer-



Numerosos turistas hacen cola para facturar en el aeropuerto.

dan que la segunda pista se abre a demanda y que, en caso de necesidad, se utilizarían ambas vías para evitar demoras.

El segundo día con mayor movimiento será el viernes 2 de agosto, con 371 vuelos y 60.813 pasajeros; mientras que la jornada más tranquila será la de hoy martes, con 322 vuelos y 52.300 asientos disponibles. El jueves, 1 de agosto, millones de españoles y extranjeros cogen vacaciones, pero ese fenómeno no es directamente proporcional a la actividad aérea. De hecho, el día 1 será el segundo con menos tráfico esta semana con 338 vuelos.

El aeropuerto de Málaga está conectado directamente con más de 130 destinos y es uno de los tres de Europa, junto a Amsterdam y Faro, con mayor número de enlaces con Londres. El británico es el principal usuario de la instalación malagueña.



Viajeros del Cercanías de la Costa suben al tren, ayer en la estación María Zambrano de la capital. :: CARLOS MORET

El Cercanías de la Costa vive un verano récord con 4.000 viajeros más cada día



IGNACIO LILLO

ilillo@diariosur.es

Renfe espera terminar el mes de julio con cien mil usuarios más que en el año anterior gracias a la mejora de horarios, sobre todo en el aeropuerto

MÁLAGA. El tren de Cercanías se impone como uno de los medios de transporte más pujantes no solo en la provincia, sino a escala nacional. Desde que comenzó el verano se están produciendo aumentos en el número de viajeros que rondan los 4.000 cada día respecto al mismo periodo del año anterior, según las estimaciones ofrecidas por Renfe. El caso más emblemático es el del aeropuerto, donde entre junio y julio se han contabilizado hasta un 25% más de usuarios en su estación. Con estos datos, la operadora espera culminar el mes por encima de los cien mil pasajeros más que el año anterior, cuando hubo en torno a 950.000. Esto es, un crecimiento por encima del 10%.

Detrás de estas buenas cifras hay una serie de avances que justifican la mayor aceptación de los potenciales viajeros. De una parte, se considera que ya ha calado masivamente

te la mejora de la frecuencia que se introdujo en septiembre de 2011, al pasar de un tren cada media hora a uno cada 20 minutos, según explicaron fuentes de la operadora.

Más trenes nocturnos

A ello se suma una reordenación de los horarios, que inicialmente tenía como objetivo mejorar la conectividad con el AVE Málaga-Madrid, pero que ha permitido además ampliar una hora más los servicios nocturnos. Se trata de una reivindicación largamente demandada por los usuarios de todos los municipios por los que discurre.

De esta forma, desde el pasado 28 de abril, en sentido Fuengirola-Málaga se han modificado las horas de salida de los primeros trenes de la mañana (el servicio arranca a las 6.10) para enlazar fácilmente con los trenes de alta velocidad que salen de María Zambrano. De paso, se ha logrado que el último Cercanías salga de Fuengirola a las 00.20, esto es, una hora más tarde que antes.

En sentido inverso (desde la capital hacia Fuengirola) los primeros convoyes salen de la parada Centro-Alameda a las 5.20, mientras que la que la última salida se produce a las 23.30 horas. A pesar de ello, todavía son muchos los ciudadanos que reivindican la mejora de los servicios durante la madrugada, especialmente en verano, cuando es habitual que miles de jóvenes de la capital se desplacen a las zonas de marcha de la Costa.

Estos cambios se han dejado notar especialmente en una mayor

LAS CIFRAS

25%

Es el aumento de la afluencia de viajeros que se ha producido en la parada del aeropuerto de Málaga.

20

minutos es la frecuencia de paso de los trenes en la línea C-1 entre Málaga y Fuengirola.

afluencia en la parada situada junto a la terminal T-3 del aeródromo malagueño. En este punto, las fuentes consultadas aclaran que, junto con la posibilidad de ampliar el abanico de conexiones horarias en este recinto, también ha mejorado el conocimiento de los viajeros sobre la actual ubicación de los andenes, que hacen del de Málaga uno de los escasos aeropuertos españoles que tienen conexión directa entre la terminal principal y el Cercanías.

Baja saturación

Este periódico pudo comprobar ayer al mediodía el alto nivel de aceptación del servicio, con numerosos viajeros en ambos sentidos, a pesar de no ser hora punta. En cambio, no

se apreciaba saturación de pasajeros, algo que sí es previsible que se produzca durante la ya próxima semana de la feria de agosto, como ha ocurrido en años anteriores, dado que esta línea permite acceder tanto al Centro como al real. En este punto, desde Renfe aclaran que como media se están contabilizando unos 40 viajeros más por cada uno de los 104 convoyes que circulan cada día en ambas direcciones, por lo que estos solo van totalmente llenos de manera muy puntual a lo largo del verano. En cambio, al contrario de lo que ocurre en otros núcleos españoles, el de Málaga tiene una demanda sostenida a lo largo de todo el año y no sufre recortes de horarios y frecuencias.

Los pasajeros se triplicarán cuando llegue hasta Marbella

de I. LILLO

MÁLAGA. Si el escenario actual es positivo, con un servicio limitado a solo media Costa del Sol, es fácil imaginar cuál sería el grado de aceptación en el supuesto de que el servicio se prolongara hasta Marbella y Estepona. Más de nueve millones de personas recurren cada año a los trenes de la línea C-1, y en lo que va de año, más de cinco millones ya lo han hecho.

Esto es: de un horizonte que ronda los diez millones de viajeros, los estudios más conservadores consideran que se podría pasar a, al menos, el triple. Así lo planteaba la Junta en el año 2001, cuando ofreció una cifra superior a los 36 millones de viajeros en el estudio informativo del proyecto del corredor litoral. Posteriormente, un nuevo informe elevó la previsión de demanda hasta los cien millones

anuales, aunque tampoco se puede perder de vista que estas magnitudes respondían a un modelo distinto, basado en la alta velocidad, y no de Cercanías (que es mucho más lento en un trayecto de estas características).

El Ministerio de Fomento tiene en marcha un estudio para tratar de prolongar la línea convencional actual hasta ambos municipios, con lo que se podría acabar con esta carencia histórica. Los tiempos de trayecto serían menos competitivos respecto al vehículo particular de lo que suponía la solución AVE prevista por la Junta, aunque esta es inviable a medio plazo, con un coste que supera los 5.000 millones.

Opinión

EL CRECIMIENTO DEBE LLEGAR A LOS SALARIOS



George Osborne

Ministro de Finanzas del Reino Unido

En un reciente viaje de noche entre Manchester y Birmingham tuve la oportunidad de ver una parte de la economía que los ministros de Hacienda no suelen ver: las personas que trabajan de noche arreglando nuestras carreteras, horneando el pan y reponiendo productos en el supermercado. Volví más decidido que nunca a que todo lo que haga como ministro ayude a esos héroes anónimos de nuestra economía. Son estas personas trabajadoras y muchos millones como ellas las que se merecen el crédito por la mejora de los datos del crecimiento económico del 0,6 por ciento en el segundo trimestre del año, que confirma que nuestra economía se recupera. En condiciones difíciles, en los doce últimos meses hemos crecido un 1,4 por ciento, aunque los efectos negativos de la crisis financiera son profundos y todavía queda mucho camino por recorrer.

Hemos tenido que tomar decisiones incómodas para abordar el déficit y retomar el camino pero lo hemos hecho según mi compromiso de que en esto estamos todos juntos. Los más ricos son los que más han pagado pero todos hemos hecho sacrificios. Ahora debemos asegurarnos de que sigamos unidos a medida que se consolida la recuperación. Lo conseguiremos construyendo una economía que respalde las aspiraciones y apoye a todas las áreas del país.

No ocurría lo mismo antes de la crisis. Nuestra economía perdió el equilibrio y dependía en exceso de un sector (los servicios financieros), situado en una parte concreta del país, mientras el norte y la región central de Inglaterra se quedaban atrás. Los salarios más altos pagaban menos impuestos que su personal doméstico, millones de personas se quedaron atrapadas en la pobreza por unos sistemas de salud y educación sin reformar, y ni los bancos se les permitía apostar a costa de todos los demás. ¿Cómo asegurarnos de que ésta vez sea diferente? ¿Cómo conseguir una recuperación duradera y una economía que funcione para todos? La respuesta es cumpliendo con nuestro plan económico, que se compone de tres elementos.

El primero es seguir recortando el gasto estatal para bajar el déficit y empezar a vivir dentro de nuestras posibilidades. Ya hemos recortado el déficit un tercio y la última ronda de gasto sigue por ese camino. También hemos demostrado un dato muy valioso: que se puede recortar el gasto y mejorar los servicios al mismo tiempo. Lo que la izquierda no comprende es que las personas que más sufren las consecuencias desestabilizadoras de un gasto inasequible son los más pobres y vulnerables.

El segundo pilar de nuestro plan es el activismo monetario en apoyo a la demanda. Los detractores de nuestro plan de déficit soste-

nían que el crecimiento más lento de lo previsto era el resultado directo de los recortes del gasto estatal pero ahora que el crecimiento acelera, ¿qué ha cambiado? Nuestro plan de déficit no. De hecho, precisamente porque nos atuvimos a nuestros planes de gasto, el activismo monetario ha tenido margen de maniobra. En otros países europeos, la pérdida de credibilidad fiscal condujo a unas condiciones monetarias más estrictas. Aquí, en Gran Bretaña, la credibilidad fiscal nos ha permitido lanzar programas de éxito, como la financiación para préstamos (*Funding for lending*), aunque el activismo monetario no termina aquí. La segunda fase de *Funding for lending* se centrará en las pequeñas empresas y en el programa de ayuda para la adquisición de viviendas (*Help to buy*) responde a la aspiración más natural del mundo (poseer una casa en

propiedad), mejorando la disponibilidad de la financiación hipotecaria. Dentro de quince días, el Banco de Inglaterra responderá a mi solicitud en los presupuestos de este año de examinar la conveniencia de una orientación sobre la trayectoria futura de los tipos de interés. En otras palabras, ¿una mayor certidumbre para las familias y empresas en cuanto a la permanencia de unos tipos de interés bajos ayudaría a apoyar la recuperación?

El tercer pilar de nuestro plan es el más importante: una reforma estructural que respalde las aspiraciones y equie a nuestra econo-

mía para el éxito en la carrera global actual. Las políticas del Gobierno pueden marcar la diferencia en cuanto a quiénes van a beneficiarse de la recuperación. Pensemos en las estadísticas oficiales publicadas en las últimas semanas: la desigualdad está en su punto más bajo en 25 años y las rentas disponibles crecieron el año pasado un 1,4 por ciento por encima de la inflación, a pesar de los recortes, el ritmo más alto en tres años. Ambos datos son, en parte, el resultado directo de las decisiones de este Gobierno, concretamente la priorización de unas subidas históricas en las prestaciones personales no contributivas, el aumento de las pensiones y la congelación de los aranceles de los carburantes y los impuestos municipales.

Estamos implementando un abanico completo de los cambios más radicales en una generación (educación, sistema de bienestar, impuestos, planificación y universidades). Por eso invertimos en ciencias e infraestructuras, con unos planes de inversión a largo plazo hasta 2020. Y por eso queremos reformar la UE y nuestra relación con ella, al tiempo que fomentamos el libre comercio en todo el mundo. Nuestra economía se recupera pero no hay que darle por hecho. Debemos evitar los cantos de sirena que nos llevarían de vuelta a los días de una economía impulsada por la deuda y desequilibrada. Si queremos que la economía británica de 24 horas funcione para todas las familias en cualquier región, debemos mantenernos firmes y ceñirnos al plan.

© The Times

Debemos regresar a la economía británica equilibrada de los años precisis

LA REVOLUCIÓN 'ABENOMICS'



Lluç López i Vidal

Profesor del Máster de Estudios de China y Japón, mundo contemporáneo de la UOC

En las elecciones a la Cámara Alta japonesa celebradas el pasado domingo, el oficialista Partido Liberal Democrático (PLD) ha resultado ser el claro vencedor en unos comicios que se antojaban claves para el primer ministro Abe Shinzo. Tras una campaña electoral marcada por una oposición fragmentada incapaz de presentar alternativas creíbles, Abe Shinzo ha conseguido los escaños necesarios para llevar a cabo su programa estrella: el paquete de reformas económicas conocido popularmente como abenomics. Aunque algunos comentaristas han advertido que se inicia un período de mayoría absoluta en el que el primer ministro implementará su agenda nacionalista, la auténtica "revolución Abe" se fundamenta en las reformas estructurales de la economía japonesa y la participación de Japón en un acuerdo de libre comercio transpacífico. ¿Qué implican, en definitiva, el paquete de medidas conocido como abenomics y por qué resulta clave la adhesión de Japón a dicho acuerdo de libre comercio? Sobre la primera cuestión, conviene recordar que Shinzo Abe había ocu-

pado el cargo de primer ministro durante un año en 2006, pero tuvo que dimitir por su incapacidad de presentar propuestas atractivas para solucionar los problemas económicos que adolecen el país desde hace dos décadas. Cuando ya muchos lo consideraban parte del pasado, Abe tomó las riendas del PLD y logró imponerse en los comicios electorales del pasado diciembre de 2012 en la Cámara de los Representantes, la más poderosa de las dos cámaras.

Consciente de las sombras que acompañan su pasado como primer ministro, el primer ministro presentó las bases de su abenomics, una estrategia económica cuyo objetivo es lograr el crecimiento económico de Japón sobre la base de tres arcos o pilares: una política monetaria agresiva, una política fiscal hiper-expansiva, y un paquete de profundas reformas del sistema económico.

Por lo que se refiere al primer arco, desde principios de año el Banco de Japón, en clara sintonía con las políticas de Abe, ha empezado una política monetaria agresiva cuyo objetivo es doblar la actual base monetaria de Japón en los próximos dos años y conseguir una inflación del 2 por ciento. Tras más

de veinte años de deflación, para Abe lograr esta inflación es un signo de que el consumo se está reactivando y que los ciudadanos vuelven a confiar en el país. En cuanto al segundo arco, la política fiscal hiper-expansiva representa un claro distanciamiento con las medidas llevadas a cabo en Europa. Para salir de la crisis, Abe propone seguir una política keynesiana de estímulo de la demanda a través de la inversión masiva de obras públicas

e infraestructuras que tengan más de cincuenta años, medida que debe permitir crear puestos de trabajo, aumentar los salarios de los trabajadores y, finalmente, incentivar un consumo frenado durante años de crisis económica.

Por último, tan solo unas semanas antes de las elecciones en la Cámara Alta, Abe desveló los puntos esenciales del tercer arco, un paquete de reformas estructurales basado en la desregulación de determinados sectores (como el poderoso sector farmacéutico y eléctrico), la revitalización de la industria exportadora japonesa y en un crecimiento sostenible, una alusión a la necesidad última de aumentar la competitividad de la economía nipona. Precisamente, para lograr incrementar la competitividad,

resulta esencial formar parte de un Acuerdo de Libre Comercio que están negociando 12 países y entre los que se encuentran las economías de los Estados Unidos, Australia o Vietnam. Para Abe, la adhesión al acuerdo de liberalización significará un aumento de las exportaciones e inversiones japonesas a toda la zona, el impulso final que necesita una economía que en los últimos meses ya se ha visto beneficiada por un yen que se ha depreciado frente al dólar casi un 30 por ciento desde que la llegada al poder del primer ministro. Sin embargo, para poder participar en el acuerdo, Japón debe liberalizar parcial o totalmente la agricultura, un sector poco competitivo que ha estado hasta ahora ultra protegido con ayudas, subsidios y aranceles para determinados productos que alcanzan el 800 por ciento en el caso del arroz, 380 por ciento para el azúcar, o 252 por ciento para la harina. Los próximos meses serán claves para saber si Abe será capaz de superar la resistencia proveniente tanto del sector agrícola, farmacéutico y eléctrico como de su partido por su intento de romper con los intereses velados que tradicionalmente han existido entre dichos grupos y el PLD. Esta vez Shinzo Abe ha vuelto para quedarse y está convencido de que su abenomics, como afirma una leyenda japonesa, resultará indestructible si las lanzas son lanzadas por tres arcos unidos.

El nuevo Gobierno nipón quiere llevar a cabo reformas estructurales en la economía del país