

Departamento de Comunicación

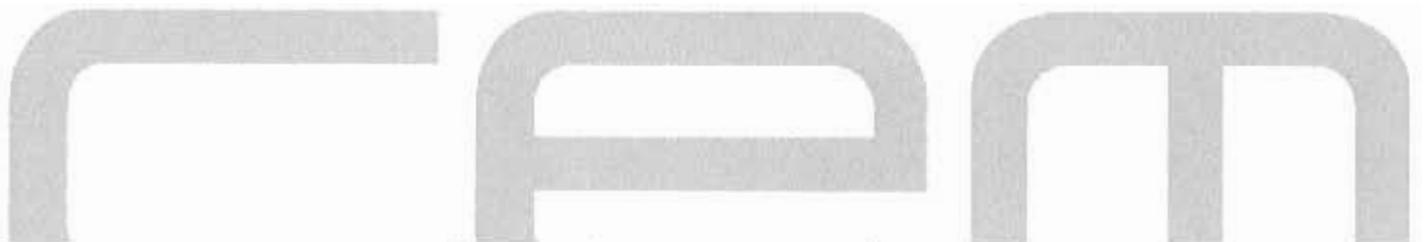


cem

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 26 DE DICIEMBRE DE 2013



cem

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA

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

Málaga se garantiza dos años de paz en Limasa, pero no soluciona los problemas de la entidad

FRANCISCO JIMÉNEZ

© pjimenez@diariosur.es

El nuevo sobrecoste que el acuerdo que desactivó la huelga supone para el Ayuntamiento reabre el debate sobre la municipalización del servicio de limpieza

MÁLAGA. La huella de la huelga de basuras que durante cuatro días ha sufrido la ciudad quedará borrada presumiblemente el fin de semana. Para entonces, el Ayuntamiento confía en que los operarios de Limasa hayan retirado la totalidad de las 1.500 toneladas de residuos que se han ido acumulando en las calles, eliminando así el rastro del enésimo conflicto laboral en la empresa mixta de limpieza (el 49% es municipal). Con el acuerdo alcanzado la madrugada del pasado martes (ratificado horas después por la plantilla), los malagueños no sólo tienen el consuelo de que no tendrán que pasar las navidades esquivando montañas de basura, sino también la garantía, al menos a priori, de que la paz social se mantendrá hasta finales de 2015, año electoral. En principio, así será, siempre que no surjan discrepancias de calado durante la actualización de algunos artículos del convenio colectivo que las partes se han comprometido a abordar antes de marzo.

Pero una cosa es que el conflicto esté desactivado y otra bien distinta que se hayan resuelto todos los problemas que rodean a una empresa que vive hipotecada por su condición de público-privada y que siempre está en el punto de mira por el estado en el que se encuentran las calles de la ciudad pese a los 85,9 millones de euros que le cuesta al Ayuntamiento, que además de ser accionista es tam-



Un camión de Limasa retira la basura de los contenedores, que están prácticamente cubiertos por bolsas de residuos. :: AITO SALAS

bién su único cliente. Un doble papel que le lleva a situaciones tales como sean las arcas municipales –en definitiva, los malagueños– las que tengan que asumir la totalidad de los 900.000 euros de desfase que sufrirá Limasa en el capítulo de Personal al no alcanzar ni en 2014 ni en 2015 el objetivo de reducir los costes salariales en seis millones anuales después de haber rebajado sus exigencias en la negociación del nuevo convenio colectivo. Un montante que se sumará a los dos millones que también tendrán que salir del presupuesto municipal para que la entidad pueda cuadrar sus cuentas, toda vez que la posibilidad de bajarle el sueldo a la plantilla mediante la suspensión de la paga extra de Navidad no fue más allá de una amenaza.

Un esfuerzo municipal que ha decidido asumir el alcalde con tal de evitar la esrampa de Málaga convertida en una escombrera, pero que se le

Málaga paga más cara la limpieza que cualquier capital de su tamaño

Aunque los malagueños llevan desde el año 2000 sin abonar la tasa de basura, Limasa le está costando este año 150 euros a cada uno de los 575.000 vecinos que Málaga tiene empadronados. Los 85,9 millones que el Ayuntamiento destina este año (la misma cuantía se ha presupuestado para 2014) la sitúan como la ciudad que paga más cara la limpieza entre el resto de capitales de su rama-

ño. En el otro extremo se encuentra Zaragoza, donde pese a tener cien mil habitantes más el proceso completo de limpieza, recogida y tratamiento le cuesta 58,1 millones (85,2 euros por habitante). Algo más les sale a los valencianos (96,5 euros), muy lejos de los 123 de Bilbao y los 129 de Murcia. En todos los casos, los servicios son prestados por empresas privadas, mientras que en Sevilla la aportación del Ayuntamiento a la sociedad pública Lipasam es de 87,8 millones (125 euros por ciudadano).

vuelve en contra a Francisco de la Torre en el momento en el que los socios privados (FCC, Urbaser, y con menor participación Sando y Unicaja) han rechazado su petición de que, como hicieron en 2012, también renuncien a los beneficios del 2% de la facturación que la empresa está obligada a generar por contrato desde 2005 para compensar a los socios privados con unos 600.000 euros anuales por el progresivo aumento de la carga salarial por encima del IPC. Al incrementarse los costes y mantenerse los ingresos, esta cláusula obliga a las arcas municipales a aportar unos seis millones de euros más cada año para darle la vuelta a la balanza y tener de negro los números rojos que registra la entidad cada ejercicio.

De momento, a lo más que llegan es al compromiso de reinvertir en la entidad la mitad de lo que les corresponde en 2013 y 2014, por mucho que De la Torre no se dé por vencido. «No

EL ACUERDO QUE DESACTIVÓ LA HUELGA

Vigencia

El nuevo convenio colectivo estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2015. Además de los acuerdos que permitieron desconvocar la huelga, Ayuntamiento, dirección de Limasa y comité de empresa constituirán una comisión consultiva para actualizar el resto de artículos del convenio antes de marzo de 2014.

Salario

Todos los conceptos económicos y

socioeconómicos, excepto el plus de antigüedad, quedan congelados hasta diciembre de 2015.

Plus de antigüedad

La plantilla ha conseguido mantener la actualización del complemento de antigüedad, que supone una subida del 5% del sueldo base (unos 800 euros de media) por bienio y del 10% por quinquenio. En 2014 beneficiará a unos 220 empleados, con un coste para la empresa es de 660.000 euros.

Paga de productividad

Se suprime esta paga, plasmada por convenio desde 2010 y que se abonaba el 31 de enero. El mon-

te este año ha sido de 867 euros, aunque con su eliminación los trabajadores también renuncian al aumento estipulado para 2014 hasta los 1.119 euros brutos. Esta medida supondrá para la empresa un ahorro de 1,6 millones en 2014.

Paga de septiembre

La eliminación de la paga de productividad se compensará parcialmente en 2015 con un incremento de 277 euros en la extra de septiembre, que se situará en 1.200 euros.

Vacaciones

Se distribuyen durante todo el año en vez de concentrarlas en ve-

rano. El acuerdo contempla que 15 días se disfrutará entre el 1 de mayo y el 31 de octubre (considerada como temporada de verano) y 21 días (15 de vacaciones + 6 de descanso acumulados computados como una quinta semana de vacaciones) entre el 1 de noviembre y el 30 de abril. El ahorro en contrataciones eventuales sería de 3 millones anuales.

Descansos

La jornada laboral se mantendrá en 35 horas semanales distribuidas generalmente de lunes a viernes; aunque los operarios trabajarán uno de cada cuatro sábados (descansando el domingo y cual-

quier otro día).

Vestuario

La partida para uniformidad se reduce. Se va crear una comisión para definir el vestuario y la forma de entrega. Se baraja la posibilidad de formar un 'stock' e ir repartiéndolo las prendas en función de la necesidad de cada trabajador en vez de hacerlo como hasta ahora, con un reparto del vestuario completo en invierno y otro en verano.

Incapacidad transitoria

Se elimina el complemento a cargo de la empresa que perciben los trabajadores en caso de incapaci-

LIMASA, EN CIFRAS

1.325

trabajadores conforman la plantilla de Limasa. Junto a los eventuales, se comen 65 de los 85,9 millones del presupuesto de la entidad de este año.

150

euros por habitante destina el Ayuntamiento de Málaga a Limasa para las tareas de limpieza viaria (45,2 millones), la recogida de basura (22,7) y el tratamiento y eliminación de los residuos (18).

ESTRUCTURA DE LIMASA

Capital público

Ayuntamiento de Málaga: Posee el 49% del accionariado, aunque ostenta el 50% de los votos del consejo de administración, lo que le garantiza la gestión. Además, en caso de empate en el consejo, el presidente (el alcalde) puede ejercer el voto de calidad para aprobar los convenios colectivos o sobre la calidad del servicio.

Capital privado

Servicios Urbanos de Málaga, S. A.: Esta sociedad aglutina el 51% de las acciones. De este capital, Fomento de Construcciones y Contratas (FCC) tiene a su vez el 51%, mientras que el 49% restante está en manos de otra entidad, Urbana de Servicios Medioambientales, participada por Urbaser (70%), Sando (20%) y Umicaja (10%).

Concesión

Vigencia: El contrato de concesión está vigente desde el 17 de abril de 2001 hasta el 17 de abril de 2017, aunque se prorrogaba por otros 24 años. En estos 16 años la concesionaria recibirá 727,4 millones de euros por la prestación del servicio.

cejaré en mi empeño de llegar a más y conseguir que renuncien al cien por cien», asegura el primer edil, quien también pretende hacer extensible la medida a 2015, un ejercicio del que «no se ha hablado aún». De lo que sí que se ha hablado, pero sin resultado porque los privados lo consideran innegociable, es del canon de asistencia técnica que les reporta cada año el 2,5% del volumen de negocio, lo que supone una cifra que siempre se sitúa por encima de los dos millones.

Municipalización

Ante esta situación, el debate de la municipalización del servicio vuelve a cobrar fuerza tanto de boca de los sindicatos como de los dos partidos en la oposición municipal (PSOE e IU). ¿Su aval? Un informe interno que la dirección de Limasa elaboró en 2011 en el que se concluye que una entidad 100% pública generaría un ahorro de unos 12 millones de euros anuales entre el IVA, los alquileres, la renegociación de la deuda financiera y la supresión de las anteriores cláusulas (beneficios garantizados y canon de asistencia). Desde el equipo de gobierno aseguran no descartar ninguna posibilidad, pero siempre a partir del 17 de abril de 2017, cuando expira la concesión. Para no dar este paso ahora se agarran a la ley de estabilidad presupuestaria, que obliga a las administraciones públicas a evitar cualquier desviación que haga peligrar el equilibrio financiero. «La municipalización haría imposible al Ayuntamiento cumplir con esta ley porque, además de tener que asumir los costes de la empresa, tendría que hacer frente a la indemnización los socios privados por adelantar la finalización de la contrata», remarcan.

Sobre esta cuestión, la portavoz socialista, María Gámez, reclamó ayer un «pacto político sobre el futuro de la empresa que debe pasar por la municipalización, la mejora del servicio y la estabilidad laboral». En este sentido, denunció que «la única conclusión clara» del acuerdo que ha desactivado la huelga es que la parte privada «seguirá cobrando sus beneficios y el Ayuntamiento tendrá que afrontar con el dinero de los malagueños la diferencia del recorte previsto y el que al final representa el acuerdo». «Hemos dado un paso más hacia la insostenibilidad de la empresa y el sobrecooste para las arcas municipales. Lo único estable van a ser los beneficios de los privados», criticó.

Ahorro en salarios

Aunque Limasa se había marcado el objetivo de reducir en 6 millones el gasto de personal en 2014, con las medidas contempladas en el acuerdo se quedará en unos 5,8 millones, mientras que en 2015 no superará los 5,3 millones como consecuencia del incremento de 277 euros en la paga de septiembre y la actualización de la antigüedad que le corresponde a un grupo de trabajadores. Ese déficit de 900.000 euros será asumido por el Ayuntamiento en sus presupuestos, por lo que no tendrá efecto en las cuentas de la empresa mixta de limpieza.

MANUEL CASTILLO
DIRECTOR DE SUR

LIMASA: ¿Y AHORA QUÉ?

El conflicto de Limasa se ha cerrado en falso y el equipo municipal debiera reflexionar los motivos, más aún cuando el propio alcalde gozaba de un respaldo ciudadano sin precedentes, hasta el punto de animarle a negociar con firmeza



El fin de la huelga de Limasa es, sin duda, una excelente noticia para la ciudad, que podrá recobrar la normalidad tras varios días en los que los malagueños y los miles de visitantes se han visto obligados a convivir con montañas de basura. Pero el fin de este conflicto no puede ocultar el fracaso de una negociación en la que todos son perdedores: el Ayuntamiento de Málaga, los trabajadores de Limasa y, especialmente, Málaga. El acuerdo rubricado esta madrugada sólo aplaza el conflicto un par de años, con la sensación de que han primado más los criterios e intereses políticos y la falta de decisión para normalizar una situación a todas luces insostenible.

La plantilla de Limasa se quedó sin argumentos y sobre todo sin apoyo social, porque los ciudadanos no han entendido su falta de sensibilidad para asumir algunos recortes en unos momentos en los que todos, desde los trabajadores de la administración pública hasta los de la

empresa privada, han visto reducidas sus condiciones económicas y los beneficios sociales de sus convenios. La huelga es un derecho constitucional, y por ello lo defenderemos siempre desde estas páginas, pero esta vez los trabajadores de Limasa lo ejercieron con escaso fundamento.

Y el Ayuntamiento de Málaga ha vuelto a demostrar su incapacidad para normalizar las relaciones laborales de una empresa que durante décadas, con el beneplácito político, decidió pagar lo que fuese necesario con tal de garantizar la paz social. La culpa, por tanto, no se le puede echar a los trabajadores, porque han sido los sucesivos equipos de gobierno municipal, primero del PSOE y luego del PP, los que permitieron esta situación, los que dieron el visto bueno a la sucesión hereditaria de los puestos de trabajo, los que dejaron que Limasa se convirtiese en un cortijo. El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, volvió a implicarse personalmente en el asunto,

con reuniones maratónicas a horas intempestivas en un nuevo alarde de alcalde de 25 horas. Pero ese, esta vez, no debió ser su papel, porque tanta presión le impidió analizar el problema y la situación con perspectiva. El conflicto de Limasa se ha cerrado en falso y el equipo municipal debiera reflexionar los motivos, más aún cuando el propio alcalde gozaba de un respaldo ciudadano sin precedentes, hasta el punto de animarle a negociar con firmeza.

Hoy todas las partes sólo pueden tener un amargo sabor a derrotada y la sensación de que se ha castigado a la ciudad sin sentido. La percepción es que, al final, todo se solucionó por la vía rápida porque el comité de empresa que lidera Belmonte se quedó sin respaldo y ofreció una llave que siempre cierra una negociación: firmar por dos años y garantizar así la paz social hasta después de las elecciones municipales. Una vez más la pregunta más la conclusión es ¿y ahora qué?

Los efectos de la huelga en los negocios no han sido tan graves como se preveía

Comerciantes, hoteleros y hosteleros consideran un «regalo» de Navidad el fin del paro y confían en que las calles recobren la normalidad esta semana

•• SUR

MÁLAGA. El fin de la huelga de basuras ha sido un «regalo» de Navidad para los hosteleros y comerciantes de la capital, pero para que la «satisfacción y alegría» sea completa reclaman al Ayuntamiento la ejecución de un plan de choque urgente para recoger los residuos acumulados en las calles y volver a la normalidad lo antes posible. El presidente de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Má-

laga (Aehma) José Luis Ramos, lamentó que el acuerdo que desactivó el paro indefinido «sea prácticamente el mismo que la última propuesta presentada antes de que se iniciara la huelga», remarcando el daño provocado en la imagen de la ciudad. En cuanto a los efectos en los negocios, el portavoz de los hosteleros asegura que «no ha dejado pérdidas descomunales» pero sí anulaciones de comidas de empresa en el Centro de Málaga, que se han ido a otros puntos cercanos de la provincia como Benalmádena o Torremolinos.

En términos similares se expresa el presidente de la Federación de Comercio de Málaga (Fecoma), Enrique Gil, al mostrar su «abso-

luta satisfacción» por el acuerdo y agradecer que la huelga «no haya sido larga afortunadamente». Tras confiar en que sea «beneficioso para ambas partes» comenta que la huelga «no ha afectado a los comercios y no ha habido pérdidas» aunque sí, ha apuntado, «puede que viajeros se hayan ido a otros destinos». Sobre la recogida de los residuos, aseguró estar convencido de que la ciudad recuperará la normalidad en los próximos días. «Los trabajadores se han puesto las pilas y son conscientes de que hay que recoger la basura acumulada», apunta.

Por su parte, el responsable de la Asociación de Empresarios Hosteleros de la Costa del Sol (Aehcos) en la capital, Francisco Moro, incide en que «la mejor noticia es que la paz social se prolongue hasta 2015». En el caso de las reservas hosteleras, informa de que no se han visto afectadas. De hecho, continúa la línea de incremento de entre el 3-4%. En el caso de los hoteles del Centro de la capital la ocupación está siendo, de media, del 70% y algo menor en el resto de establecimientos de la ciudad.

dad temporal por enfermedad durante los primeros 15 días a partir de la tercera baja en el año natural. En caso de mayor duración, se complementará al 100% del salario bruto mensual.

Cesta de Navidad

Eliminación definitiva la ayuda de diciembre, tanto en especie como en efectivo (68), como se hacía desde 2012.

Personal eventual

La empresa se compromete a tener en plantilla a una media de 227 eventuales, cuyos contratos irán variando en función de la época del año.

TRAS EL ACUERDO



Hoy se retira el ERTE a la plantilla de Limasa

► El Ayuntamiento de Málaga retirará hoy la solicitud de aplicación de un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) a la plantilla de Limasa, después de cerrar un acuerdo laboral con los trabajadores hasta el 31 de diciembre de 2015. El ERTE fue la alternativa planteada por el Ayuntamiento ante la imposibilidad de acordar con el comité de empresa un ajuste en el gasto de personal de 6 millones de euros. El ERTE se iba a aplicar a partir del 1 de enero a toda la plantilla, rotando ésta 80 días en el paro. El compromiso municipal era retirar esta medida tras aprobarse el acuerdo. M. F. MÁLAGA

2005, el Ayuntamiento se hizo con la gestión de Limasa pese a tener sólo el 49% de la propiedad. A cambio, aseguró unos beneficios anuales a los socios privados del 2% del volumen de negocio.

Normalidad

El referendo de los trabajadores del acuerdo que permitió desconectar la huelga de limpieza, en una asamblea celebrada al mediodía del 24 de diciembre, permitió plantear la recogida de las más de 1.500 toneladas de basura que estaban acumuladas en las calles de la ciudad. No obstante, el concejal de Medio Ambiente, Raúl Jiménez, reconoció que no se recuperará la normalidad hasta el próximo sábado.

La coincidencia de días festivos con el final de la huelga ha retrasado los trabajos de retirada de basura. El día 24 por la noche, ya con el acuerdo ratificado, Limasa puso en la calle el dispositivo previsto, pero la cantidad de basura acumulada y la generada ese mismo día provocó que no diera tiempo a una limpieza a fondo. A lo largo de la jornada de ayer, debido a los descansos por ser festivo, la limpieza se hizo con menos personal, por lo que hubo zonas que no se atendieron hasta la noche pasada, cuando salió el dispositivo habitual.

La acumulación de basura en los puntos donde se sitúan los contenedores, el barrido de la calle y su baldeo tardará unos tres días en recuperar la normalidad, de forma que para el sábado se haya terminado este esfuerzo extra.

El Ayuntamiento de Málaga explicó que en estas labores trabajará toda la plantilla -tanto operarios con contrato fijo como eventuales- sin horas extras para retirar la basura generada por la huelga, a la que se le irá sumando la depositada de forma habitual durante estos días, que suele ser un 15% más que en jornadas normales del año.

Los empresarios afirman que la huelga de limpieza no llegó a afectar al consumo

► Hosteleros, comerciantes y hoteleros de la ciudad destacan que el impacto del paro fue mínimo, gracias a que el acuerdo llegó pronto

MIGUEL FERRARY MÁLAGA
@miguelferrary

■ La sangre no llegó al río ni la basura a ahogarnos. Los cuatro días de huelga de limpieza se convirtieron en una gran amenaza que no llegó a materializarse, como reconocen los empresarios de hostelerías, comerciantes del Centro y hoteleros de la ciudad, que subrayan que el nivel de consumo no se vio resentido por la acumulación de basura y que el acuerdo llegó en el momento justo para que la huelga no se convirtiera en un problema grave.

El vicepresidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), Francisco Moro, destacó que «no se produjeron anulaciones en las reservas no hemos apreciado comentarios negativos de los clientes», pese a la mala publicidad generada a nivel nacional por la noticia de la huelga de Limasa. De hecho, insistió en que este conflicto «no ha dejado daños que sean reseñables».

En este sentido se manifestó el presidente de la gestora de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Málaga (Aehma), José Luis Ramos, quien indicó que el impacto de la huelga en los negocios «no ha sido mucho porque se

ha reaccionado a tiempo». En este sentido, Ramos reconoció que la gran preocupación entre los empresarios de bares y restaurantes de la ciudad era de que se alargase el conflicto: «Al ritmo de íbamos, en dos semanas hubiéramos tenido lo más grande, pero no ha sido así».

El responsable de Aelma destacó que han existido algunos problemas puntuales, sobre todo con locales «que tenían las terrazas delante de sitios donde se acumulaba la basura, como en Molina Lario, pero en general la repercusión ha sido mínima».

José Luis Ramos se lamentó, no obstante, de la mala imagen transmitida en los medios nacionales sobre la ciudad, al hacerse eco de la huelga de limpieza en Málaga y sus efectos.

Problemas puntuales

Los comerciantes del Centro, que junto a los hosteleros llegaron a contratar una empresa para recoger la basura y que no llegó a actuar gracias al acuerdo, reconocieron que la imagen ha sido mala «sólo en algunos puntos donde había poca capacidad para depositar la basura porque no había contenedores soterrados y la basura se quedaba en la superficie», aseguró Juan Pablo Maqueda,

presidente de la asociación de comerciantes.

Esos problemas, al menos, no han tenido impacto en las ventas, como reconoció Maqueda, destacando el buen comportamiento en el entorno del mercado de Atarazanas, un punto sensible para la limpieza.

LAS CLAVES

CUATRO DÍAS

La huelga de limpieza comenzó el viernes y se terminó el lunes

► Los cuatro días de huelga dejaron en la calle unas 1.500 toneladas de basura, una cifra manejable y que aumentaba a razón de más de 350 toneladas al día y después de la intervención de los servicios mínimos.

PLAN B

Los comerciantes y los hosteleros prevían la recogida de la basura

► Justo cumplido el cuarto día de huelga y con la negociación final para desbloquear el conflicto en marcha, los hosteleros y comerciantes del Centro pusieron en marcha un Plan B, que al final no se aplicó y consistía en establecer su propio sistema de recogida de basura, con contenedores abiertos para depositarla.



Operarios de Limasa recogen la basura tras el acuerdo. ANA BERNAL

El PSOE cree que el acuerdo dejará a Málaga más sucia

La portavoz socialista en el Ayuntamiento considera que el recorte de plantilla se notará en el servicio

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ La portavoz socialista en el Ayuntamiento de Málaga, María Gámez, se ha congratulado del fin de la huelga de limpieza en la capital, tras el acuerdo entre el Consistorio, la dirección de Limasa y los representantes de los trabajadores, pero añadió que la ciudad «estará más sucia en los próximos dos años».

La socialista reclamó al alcalde, Francisco de la Torre, un «pacto político sobre el futuro de la empresa» que, en su opinión, debe pasar por su municipalización, «la mejora del servicio y la estabilidad laboral».

Tras reclamar «celeridad» para que la ciudad recupere la normalidad, tanto en los barrios como en el Centro, advirtió de que Málaga «estará más sucia porque habrá recorte de plantilla y menos trabajadores limpiando».

A su juicio, «la actitud bronca» del regidor al presentar el Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) «provocó un bloqueo de las negociaciones». Para Gámez, la huelga, que se ha prolongado cuatro días, «podía haberse evitado hace semanas, a la vista de los aspectos concretos del acuerdo alcanzado».

Según la portavoz socialista, la «única conclusión clara» es que los socios privados de Limasa «seguirán cobrando sus beneficios y el Ayuntamiento tendrá que afrontar con el dinero de los malagueños la diferencia del recorte previsto y el que al final representa el acuerdo firmado».

Dimite el presidente del consejo social de la UMA

Tras la aprobación del presupuesto sin casi debate, Francisco Mochón anunció que deja el cargo por «problemas de agenda»

BERTA GONZÁLEZ DE VEGA / Málaga
Si el penúltimo consejo social de la Universidad de Málaga fue tenso por las preguntas sobre la Fundación, en el último, el lunes 23, su presidente, el catedrático de la UNED Francisco Mochón, anunció que dejaba el cargo por incompatibilidad de su agenda, volcada ahora en Latinoamérica para un proyecto editorial. También se aprobaron unos presupuestos de 218.909.822 euros, un 2,8 por ciento menos que en 2013, periodo en el que las cuentas ascendieron a 225.024.846 euros. Y van cuatro años de caídas del presupuesto, unido al hecho de que la Junta de Andalucía debe 144 millones.

Mochón se va tras apenas dos años en el cargo, periodo de tiempo que consideró, según fuentes que asistieron, el idóneo para mantener la energía de ideas nuevas y no acomodarse en el puesto. A este catedrático de la UNED le nombró el consejo de gobierno de la Junta a propuesta de Antonio Ávila, entonces consejero de Economía. Los dos venían de Facultad de Económicas de Málaga, donde Mochón llegó a ser decano en los 80. En principio, la condición para ser presidente del consejo social de las universidades es ser ajeño «a la universidad». La Junta hizo una interpretación minimalista de la norma y estableció que eso se refería sólo a la universidad de Málaga, no al ámbito académico en general.

La idea original de los consejos sociales es que fueran instituciones trufadas de personalidades ajenas al ámbito académico que pudieran aportar ideas y controlar la universidad desde fuera. En la práctica, los partidos políticos y sindicatos han ido poblándolos de afines, hasta llegar a la situación en la que los presupuestos de la universidad, el documento más importante que las rige, se aprueban sin apenas preguntas y debate, que era una de las funciones fundamentales.

En los presupuestos de la UMA siguen estando, por ejemplo, los 800.000 euros previstos de matrículas de extranjeros en el curso de español, que gestiona la Fundación de la UMA, en principio independiente y tan privada para la rectora, Adelaida de la Calle, como para no tener que da explicaciones de cómo es posible que tenga a su yerno y al del gerente trabajando en ella.

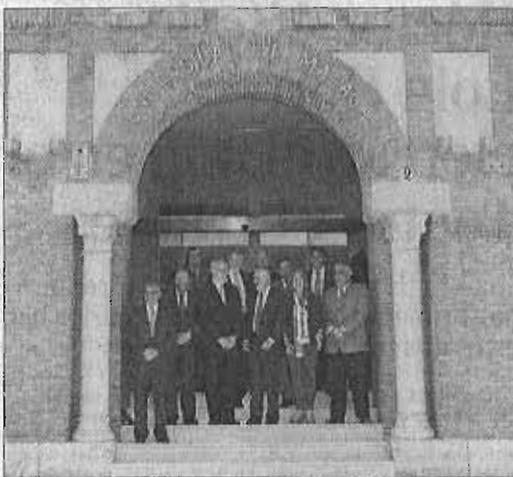
Un ejemplo de la politización de los consejos es el nombra-

miento de la secretaria, Marisol Luque, cargo retribuido y militante del PSOE de Mijas.

El anterior presidente del consejo social fue Francisco Barrionuevo, fundador de Novasoft, que nunca marcó una iniciativa distinta al discurso oficial de la rectora. A Barrionuevo lo propuso el consejero Francisco Vallejo, con cuya consejería de Innovación la empresa tenía contratos. De hecho, ahora Barrionuevo está imputado en el

caso Invercaria por la fallida aventura de FIVA, auspiciada por la Consejería en la época que la dirigía Francisco Vallejo.

Barrionuevo sustituyó al abogado José Manuel Cabra de Luna que se enteró de su destitución sin esperarlo. Fue este abogado el que propuso ideas distintas sobre el enfoque que debían de tener carreras nuevas como Bellas Artes o Arquitectura y trató de imponer algún control sobre los presupuestos.



Visita al Rectorado de José Antonio Grifán, Antonio Ávila y la rectora. EL MUNDO

LA TRIBUNA

Nuestro turismo, reto permanente

ANTONIO PEDRAZA
PRESIDENTE DE ESESA

Es nuestra principal industria, y como vengo manteniendo nos hará salir antes de la crisis por su peso en la economía provincial



No deja de asombrarnos que en el pasado y el presente año se venga batiendo en nuestro país el récord de visitantes. Paradójico, cuando no se acaba de salir de una dura y prolongada crisis. Las cifras de cierre de octubre lo constatan, aumentando las llegadas a un ritmo del 4,8% interanual y alcanzando los 54,3 millones, cifra que supondrá también un máximo en la serie histórica para este período. Se constata pues, incluso contrariamente, la vitalidad de un sector que en nuestra provincia representa cerca del 15% de su PIB.

Motivo de más, para que ahondemos en sus posibilidades de mejora y potenciación. Por ello, sin dejar de constituirse en tema consabido y recurrente, el hándicap de la estacionalidad sigue sin encontrar soluciones definitivas. Inconcebible a estas alturas, cuando todo parece conjugarse favorablemente para combatirla. A la ventaja natural del clima, el añadido de los cambios en los comportamientos de la demanda: fraccionamiento de las vacaciones, la preeminencia del arrendamiento temporal o estancias cortas en hoteles sobre una segunda vivienda en propiedad, esta cada vez más en desuso en el mercado nacional. O las de unas infraestructuras y comunicaciones que ahora, eso sí, tienen poco parangón en la competencia de nuestro entorno, acercándonos en comodidad y tiempo de forma inaudita a los mercados emisores.

¿Qué falta? Desde luego el eslogan acertado para el epígrafe (definición, no se atina) que unido al imbatible de la marca Costa del Sol, resulte el reclamo definitivo y permanente. Después, adaptar nuestra oferta a una demanda que busca además de clima: ocio, deportes, spa, sanidad (nicho importantísimo), naturaleza, ecología, seguridad, tranquilidad y sosiego. Adaptar, significa remodelar con las inversiones necesarias adecuando instalaciones a un segmento diferente al masificado que configura el verano. La ayuda pública en forma de préstamos para esta adecuación y modernización es absolutamente necesaria, lo que debe ser reclamo permanente a nuestras administraciones. Es un segmento de mayor calidad y exigencia, donde el precio tiene menor prevalencia, lo que no quita que se intente también una fidelización del cliente de verano con paquetes atractivos de cara al resto de las estaciones, ahí, si se tuviesen censados y mantenidos con cierto vínculo (tarjeta 'asiduo Costa del Sol', solo una idea, que le actualizara información y novedades, que permitiera descuentos en consonancia con la repetición estancias) a los millones de clientes que nos han visitado a lo largo de estos últimos 50 años! ¿Cuánto valdría esa base de datos? Por otra parte, el coste de cerrar temporalmente un establecimiento siempre resultará mayor que mantenerlo abierto, cubriendo al menos sus costes fijos. Incentivar aquellos que no cierren, por parte de la administración regional, otra medida que reclama este mercado.

En nuestro caso, es el Patronato de Turismo, en proceso de transformación en empresa pública y que viene realizando una labor encomiable en la promoción del turismo de la zona de manos de la Diputación, quien debió asumir la mayoría de su capital y presupuesto para garantizar su continuidad, ante la amenaza de desaparición. ¿Dónde está en este caso, la corporativización, la aportación del empresariado (atomizado y 'disparado' por su cuenta, tantas veces sin saber dónde) primer interesado en que su oferta se conozca, y esté representada en una plataforma conjunta que cubra todas las expectativas del nuevo y mejor informado

cliente? Una oferta concentrada y segmentada que estudie, analice y contemple los cambios de perfil que se están produciendo en estos clientes potenciales y en los mercados emisores, ahora configurando un mayor espectro al añadirse países emergentes con un crecimiento vertiginoso de sus clases medias, en las que radica el germen de la nueva demanda turística.

Algo a destacar y alertar en nuestro caso, que se pierde de vista y resulta absolutamente crucial: el peso del turismo residencial, que viene siendo el principal antídoto contra la estacionalidad al sostener el consumo, precisamente en los meses en que más se resiente el turismo tradicional. Este turista extranjero, llámese residente o semi-residente, suele habitar nuestra costa en meses no coincidentes con el turismo de masas, incómodos para los mismos, pero que sin embargo busca y encuentran la bonanza de un clima invernal que mejora el más crudo e intempestivo de sus procedencias. Pues bien y es lo que vamos, este turismo tan importante, ahora otro hándicap, viene siendo castigado por una legislación fiscal que le afecta en el impuesto del patrimonio (con el agravante de que está exento en comunidades como Madrid o Baleares), sucesiones y donaciones, o la obligación de declarar todo su patrimonio fuera de España, algo que no ocurre en países del entorno competidores en la atracción de este beneficioso turismo. Por si esto fuera poco, las asimetrías regionales hacen que en el caso de Andalucía estos impuestos sean también más elevados que los de otras de las comunidades autónomas de nuestro singularísimo territorio patrio. El caso es, que este elemento compensador, al que a veces no echamos en cuenta, está en peligro. Si no se alzan voces con contundencia e inmediatez para reivindicar a nuestro gobierno una legislación que equipare al turista residente con el mejor trato que le dan los países competidores directos, lamentablemente el mismo se va a resentir considerablemente y las buenas intenciones de la Ley de Emprendedores otorgando la residencia a titulares de inversiones inmobiliarias superiores a 500.000 euros, ardid en el que también se nos anticiparon los competidores de nuestro entorno cercano, nace encontrándose con las desventajas competitivas del retraso reseñado.

Un acierto que en la XV Reunión de Presidentes de la Club Málaga Valley celebrada el pasado noviembre, se tomara al turismo como referente y compartieran conclusiones como: una mayor atención a los cambios y a las tendencias, en un mercado donde la oferta está más segmentada y las necesidades son distintas; la calidad se convierte en un referente mayor que el precio; necesidad de invertir al menos la mitad del esfuerzo de promoción en los mercados emergentes; la tecnología definitivamente le otorga el poder al consumidor por lo que el empresario tiene que formarse e invertir en la misma. Pero lo más importante de todo es el principal activo de nuestra zona y como puso de manifiesto Sir Taleb Rifai secretario general de la OMT, «el turismo, pasa por ser una de las pocas alternativas para estimular la economía».

Es nuestra principal industria, y como vengo manteniendo nos hará salir antes de la crisis por su peso en la economía provincial, configurando el marcado carácter pro-cíclico de la misma. Pero no debemos dejar de combatir esas debilidades que subsisten en su estructura productiva y en su comercialización, ya que de lo contrario no dejaran de pasarnos factura en el futuro.

La Costa difunde su oferta turística en 34 países con más de doscientas acciones

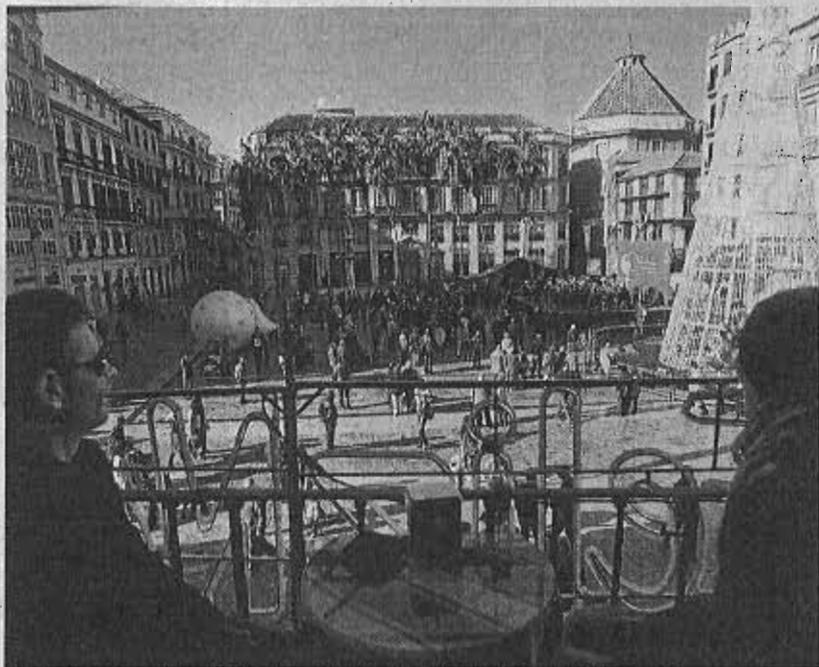
Desde el Patronato destacan que la nueva estrategia de promoción por segmentos intensificada este año ha reforzado la marca

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Los reclamos turísticos de la provincia de Málaga han viajado durante este año a 34 países en los que este destino ha reforzado su imagen con el despliegue de 200 acciones promocionales. Los datos los facilitó ayer el Patronato de Turismo de la Costa del Sol en un balance en el que el presidente de este organismo, Elías Bendodo, destacó que la nueva estrategia de segmentación y especialización ha permitido consolidar y ampliar la marca Costa del Sol. «Estas doscientas iniciativas promocionales han contribuido a consolidar una marca que ya goza de gran prestigio a nivel internacional. A través de estas acciones, las bondades de nuestro destino han llegado hasta 34 países de todo el mundo y han tenido incidencia no sólo en los emisores de mayor volumen, como son Reino Unido, Alemania o Francia, sino también en mercados emergentes que siguen escalando posiciones en la Costa del Sol, como Rusia, Oriente Medio o los países escandinavos», remarcó.

En este sentido, advirtió que los frutos de esta intensa actividad promocional se recogen con crecimientos en los indicadores turísticos, de los que vaticinó un cierre del año positivo tras meses de continuas subidas de viajeros y de estancias.

Precisamente Bendodo recaló la importancia de la estrategia de especialización en la promoción turística y de la segmentación de la oferta como la clave para adaptarse a un nuevo viajero que demanda vivir experiencias y sensaciones distintas. Bajo este prisma se ha insistido en las alternativas de ocio que ofrece la provincia centradas en ocho segmentos: vacacional y ocio, cultural, idiomático, golf, elite y oferta de lujo, Convention Bureau, los cruceros y la oferta de



Turistas toman un café y disfrutan del ambiente navideño de la plaza de la Constitución. :: YHASMINA GARCÍA

naturaleza, Interior y Turismo Activo. A ellas se ha sumado este año la apuesta por el turismo de salud y bienestar, agrupada en la marca Health & Wellness. «La puesta en marcha se debe a dos preceptos fundamentales. Primero por su utilidad para gestionar la estacionalidad del destino y, segundo, para lograr una mejor cobertura de las expectativas de los clientes y de los canales de comercialización», dijo.

Bendodo precisó: «esta línea de actuación en el segmento de salud y bienestar se ha creado de la mano de los empresarios integrados en las mesas de trabajo de cada segmento, sin cuya participación no habría sido posible». Además, se mostró satisfecho y consideró un logro la puesta en marcha de un plan de acción en 2013 basado en la flexibilidad y la continua evolución para adecuarse a la cambiante demanda turística. «Un proyec-

LAS CLAVES

► **Acciones.** La oferta turística de la provincia ha participado en 200 acciones de promoción, desde grandes ferias a viajes de familiarización o misiones comerciales.

► **Mercados.** Los reclamos de la Costa, el interior y la capital se han difundido en 34 países del mundo.

► **Países.** Se han reforzado mercados tradicionales como Reino Unido, Alemania y Francia, así como emergentes en auge como Rusia, Oriente Medio o Escandinavia.

► **Segmentos.** La nueva estrategia se centra en el vacacional, cultural, idiomático, golf, lujo, congresos, cruceros, la oferta de interior y la de salud y bienestar.

to de promoción que ha conseguido los objetivos para los que se creó y que ha contribuido a descartar que nuestro destino se asocie únicamente con el segmento de sol y playa».

En cuanto a las acciones desplegadas en más de una treintena de países, destacó la asistencia a grandes ferias como Fitur, ITB, WTM, Imex, IGT, especializadas en golf, o la de Seatrade, exclusiva para navieras de cruceros. A ello se suman jornadas y foros profesionales, la realización de campañas de promoción publicitaria, entre las que destacó la que, bajo el lema 'Siempre cálida', se desarrolla en estos momentos a nivel internacional para combatir la estacionalidad y difundir las excelencias del clima en invierno. También señaló el impacto de las acciones puestas a puerta o de los viajes de familiarización.

El puerto de Málaga pierde un 41% de cruceristas en los diez primeros meses

■ E. P.

MADRID. El número de cruceros registrado en el primeros diez meses de 2013 descendió en Andalucía un 4,2% en relación con el mismo periodo, hasta los 547 cruceros, mientras que el número de pasajeros descendió en torno a un 26,2% en ese periodo, hasta los 650.674 viajeros que pasaron por los puertos andaluces, según datos de Puertos del Estado. Analizando los puertos, al de la capital malagueña llegaron entre enero y octubre 202 cruceros, un 16,5% menos que en el mismo periodo de 2012, y llegaron 323.651 pasajeros, un 41,4% menos que hace un año.

A nivel nacional, los puertos españoles recibieron más de 6,35 millones de pasajeros de cruceros en los diez primeros meses del año, lo que supone un 1,51% menos con respecto al mismo periodo de 2012, con un incremento del 1,4% del número de buques que recalaban en los puertos españoles, según los datos de Puertos del Estado, recogidos por Europa Press.

El pasado mes de octubre, el número de pasajeros de cruceros cayó un 6,4% con respecto al mismo mes del año anterior, con algo más de un millón de pasajeros, frente a los 1,07 millones de viajeros registrados el mismo mes de 2012. El número de cruceros que atracó en los puertos nacionales de enero a octubre alcanzó los 3.087 buques, 45 naves más que hace un año. En el mes de octubre llegaron a ellos 497 cruceros, un 6,4% menos, al recibir 34 buques menos.

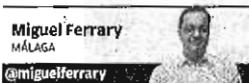
Del total de pasajeros de cruceros, entre enero y octubre los puertos de Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas acapararon 539.558 y 511.936 cruceristas, respectivamente, pese a experimentar retrocesos del 11% y el 15,7%, en cada caso. Por su parte, el puerto de Barcelona que es siempre una referencia en cruceros registró un alza del 6,15% en el número de cruceristas con 2,29 millones de pasajeros en los

Patricio Gutiérrez del Álamo

Gerente del Muelle Uno. La zona comercial y de ocio del puerto ha cumplido dos años de vida con un alto nivel de visitas, que superan los seis millones de personas al año. El segundo año de actividad se ha cerrado además con perspectivas de cambio para 2014, con una recuperación de las ventas comerciales, la avanzada negociación para ocupar la esquina comercial y la noticia del futuro Centro Pompidou.

«Hay interés por el local de la esquina del Muelle Uno y el acuerdo será en semanas»

El gerente señala que hay varios operadores pujando por los 2.000 metros cuadrados disponibles y reconoce que Carrefour ya se ha descartado



Miguel Ferrary
MÁLAGA

@miguel ferrary

■ Un 70% de ocupación, 12 millones de visitantes en dos años y unos 500 puestos de trabajo creados. Este es el balance que Patricio Gutiérrez del Álamo hace de los dos primeros años de vida de Muelle Uno, del que destaca que se ha insertado muy bien en su entorno y ha logrado una gran aceptación entre los malagueños. Para las próximas semanas espera que se llega a un acuerdo para ocupar el local de 2.000 metros cuadrados de la esquina.

■ ¿Cómo valora los dos primeros años de Muelle Uno?

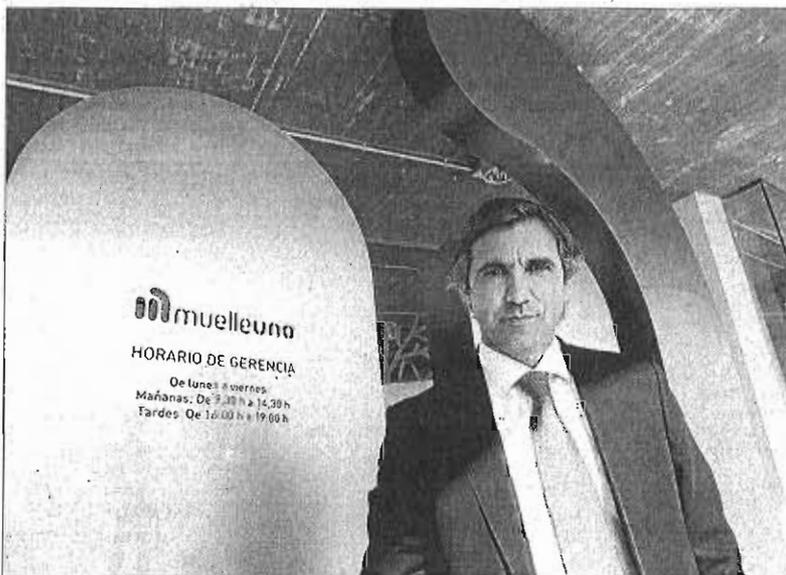
■ De forma muy positiva. Somos un centro muy joven, aunque parezca que Muelle Uno lleva mucho más tiempo por todo lo que se ha hecho. Hay que reconocer que, en estos tiempos, se ha sido capaz de crear más de 500 puestos de trabajo de forma directa o indirecta, gracias a una inversión 100% de capital privado y malagueño. Además, siendo un centro tan joven, tener una ocupación por encima del 70% está bastante bien. Han pasado por aquí más de 12 millones de visitas, y en ninguna previsión estaban esas cifras. Son datos positivos y esperanzadores, sobre todo para el recorrido que nos queda.

■ En los últimos meses se ha producido la salida de algunos operadores.

■ En cualquier área o calle comercial hay unas rotaciones, que son totalmente lógicas, generadas por la oferta y la demanda. Nuestra rotación, siendo sumamente leve, es absolutamente lógica y se empieza a afinar la oferta, ya que la misma demanda te hace irte para un sitio u otro.

■ Casi desde los primeros meses se apreció que el sector hostelero funcionaba mejor que el comercial. ¿Se sigue manteniendo esa tendencia?

■ Si algo funciona, no sólo aquí sino a nivel nacional, es la restauración. Pero tenemos muchos ejemplos de tiendas de moda y complementos que crecen respecto al año pasado, y detrás hay familias y empresas que lo están haciendo muy bien y que tienen su recompensa. Obviamente, en la restauración también hay que



Patricio Gutiérrez del Álamo destaca la buena aceptación del Muelle Uno en la ciudad. GREGORIO TORRES



EL PROTAGONISTA



DEMANDA

P: ¿Qué puede significar para Muelle Uno el Pompidou?

R: Recibo y contesto los correos que nos llegan a nivel comercial y de contacto a través de la web, y ha habido un incremento. Se nota ese mayor interés comercial, aunque empezó antes de verano, pero a medida que avancen las noticias del Pompidou el interés será mayor.

TURISTAS

P: ¿Cambiará el tipo de cliente que acude al Muelle Uno?

R: Al turista que realiza visitas culturales y después se dedica al ocio y compras, ya lo tenemos. Lo que nos va a traer es al turista que sólo va al circuito de museos.

hacerlo bien para que funcione y el que no lo ha hecho es porque en algo se ha equivocado, o la demanda no es la que esperaba. Sin duda alguna, la restauración sigue

manteniéndose con muy buena posición en el centro, pero la mayoría de locales de moda y complementos están teniendo datos buenos y con tendencia alcista.

■ ¿Entonces existe esa recuperación en la parte comercial?

■ Sí. Desde principios de verano se viene notando, no solamente en los propios comercios instalados, sino también en el interés comercial por el proyecto. Se ha notado a nivel nacional que hay mayor interés, que el mercado se está moviendo. Pero no nos precipitamos. Sabemos que lo que tenemos que hacer es bueno y las prisas nunca son buenas consejeras.

■ ¿Se va a cambiar la apuesta por comercios de alta gama y apostar por grandes cadenas para generar más compras?

■ Entiendo lo que comenta. Si hubiéramos querido llenar el centro de restauración, ya estaría al completo. Pero ése no era el objetivo. Es cierto que Muelle Uno no es un centro comercial al uso, no se parece en nada a uno de ellos, salvo en que está gestionado de manera privada; con su seguridad, su mantenimiento, su limpieza diaria... pero siempre hemos pretendido ser una ampliación del Centro Histórico. Creo que hemos sumado bastante a Málaga y el Centro se ha abierto

ya por fin al mar. Toda oferta comercial que pueda encajar en eso está bien. No me fijaría tanto en si son o no franquicias, si realmente suma y no existe esa propuesta comercial, será bienvenida.

■ Es decir, primar la complementariedad con el entorno y la oferta de Muelle Uno.

■ Claro, que encaje, pero no solamente dentro del mix comercial de Muelle Uno, sino en el Centro. Siempre digo que veníamos para sumar y creo que lo estamos consiguiendo. Estamos haciendo las cosas meditadamente, hay que ir sin prisa.

■ Sobre el centro gourmet previsto en la esquina, parece que Carrefour se ha descolgado. ¿Cuál es la perspectiva para esos 2.000 metros cuadrados?

■ Es verdad que la negociación se ha abierto a más operadores y que se estudian otras propuestas. Si hubiéramos tenido prisa, aquí habría ya un centro de alimentación con total seguridad, porque hay propuestas encima de la mesa. Creo que nos debemos dar el tiempo necesario, seguimos trabajando a nuestro ritmo y esperamos que realmente la decisión final sea la acertada.

■ Supongo que el anuncio del Ayuntamiento del acuerdo con el Centro Pompidou habrá re-

novado el interés.

■ Cuando nos enteramos de la noticia consideramos que es buenísimo para Málaga. No sólo va a reactivar el interés comercial por Muelle Uno, sino por Málaga. Tanto los touroperadores como los consignatarios nos decían que esto nos pone en el mapa mundial a nivel cultural. Sin duda esto ha ayudado y ayudará a la mejor comercialización del espacio.

■ ¿Qué se busca para ese local de la esquina?

■ La idea es que tiene que ser un operador potente, que sea locomotora, insisto, no solamente para Muelle Uno, sino para la zona. Son pocas las actividades posibles por los metros disponibles. Personalmente, no me cerraría en banda a que fuera un centro de alimentación, aunque pueden ser otras locomotoras que están en el mercado. A priori se piensa en un centro de alimentación, porque es lo que encajaría más con la demanda del Centro y en esa línea se está trabajando.

■ ¿En qué consistiría ese posible centro de alimentación?

■ Piense que el operador que finalmente se instale aquí no va a querer hacer un supermercado al uso. Esto es un escaparate no solamente de la ciudad, sino del turismo y de todo el que llega a la ciudad, y lo debe hacer muy bien, algo distinto del resto. Entiendo que deben de echar el resto para hacerlo muy bien.

■ ¿Cuándo habrá un acuerdo?

■ Las negociaciones están muy avanzadas, pero no puedo decir fechas, pero sí que se ha reactivado, hay mayor interés. El acuerdo puede estar en semanas.

■ ¿Cuándo se busca para ese local de la esquina?

■ La idea es que tiene que ser un operador potente, que sea locomotora, insisto, no solamente para Muelle Uno, sino para la zona. Son pocas las actividades posibles por los metros disponibles. Personalmente, no me cerraría en banda a que fuera un centro de alimentación, aunque pueden ser otras locomotoras que están en el mercado. A priori se piensa en un centro de alimentación, porque es lo que encajaría más con la demanda del Centro y en esa línea se está trabajando.

■ ¿En qué consistiría ese posible centro de alimentación?

■ Piense que el operador que finalmente se instale aquí no va a querer hacer un supermercado al uso. Esto es un escaparate no solamente de la ciudad, sino del turismo y de todo el que llega a la ciudad, y lo debe hacer muy bien, algo distinto del resto. Entiendo que deben de echar el resto para hacerlo muy bien.

■ ¿Cuándo habrá un acuerdo?

■ Las negociaciones están muy avanzadas, pero no puedo decir fechas, pero sí que se ha reactivado, hay mayor interés. El acuerdo puede estar en semanas.

■ ¿Cuándo se busca para ese local de la esquina?

■ La idea es que tiene que ser un operador potente, que sea locomotora, insisto, no solamente para Muelle Uno, sino para la zona. Son pocas las actividades posibles por los metros disponibles. Personalmente, no me cerraría en banda a que fuera un centro de alimentación, aunque pueden ser otras locomotoras que están en el mercado. A priori se piensa en un centro de alimentación, porque es lo que encajaría más con la demanda del Centro y en esa línea se está trabajando.