

Departamento de Comunicación



cem

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 14 DE JULIO DE 2014



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

La CEM y Diputación impulsan el desarrollo de las pymes

2
:: SUR

MÁLAGA. Esta semana se han clausurado en la sede de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) los talleres de Innovación y Creatividad, organizados en el marco del acuerdo de colaboración suscrito entre CEM y la Diputación de Má-

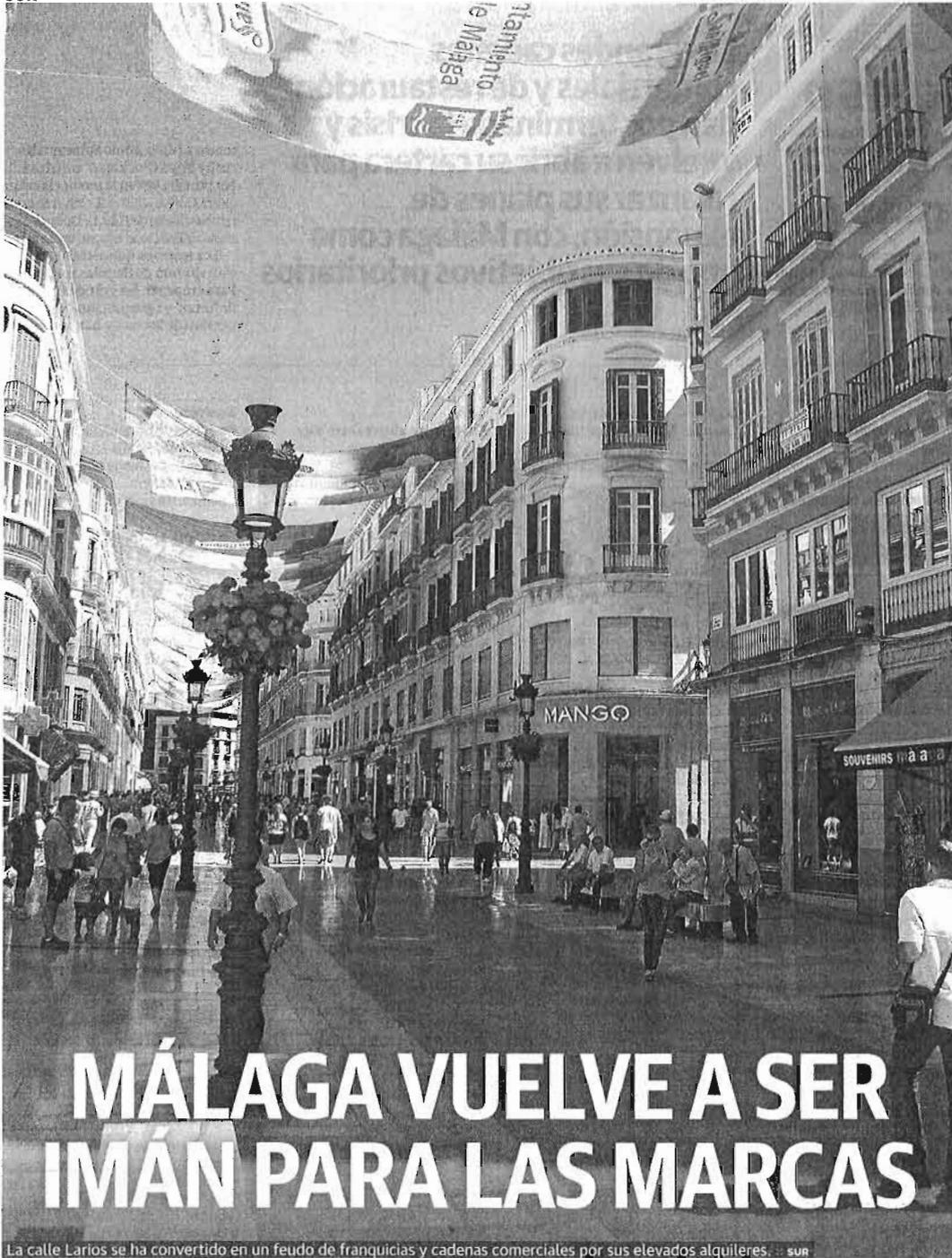
laga. Estos talleres se han centrado en un conjunto de seis acciones formativas llevadas a cabo en distintos puntos de la provincia de Málaga, surgidos con el interés de propiciar el desarrollo competitivo y la adaptación de las pymes a las exi-

gencias del nuevo escenario económico. En ellos se ha priorizado el impulso de la creatividad y la generación de ideas entre los participantes, trabajando sobre las premisas denominadas 'Diseño de Pensamiento', que son aquellas que permitirían reaccionar ante las dificultades y adap-

tarnos a las nuevas exigencias del entorno.

Natalia Sánchez, secretaria general de la CEM, y Carlos Conde, diputado de Presidencia de la Diputación se han mostrado de acuerdo en que se han cumplido con creces las expectativas de partida de los Talleres, tanto por el número de asistentes que han participado en toda la provincia como por las sinergias que han propiciado estos encuentros formativos.

SUR 13 JUL. 2014



M

INVESTIGACIÓN
EL 'CASO EDU' SEÑALA
A UN EXCONSEJERO
DE HACIENDA COMO
BENEFICIARIO DE
AYUDAS P.6

El atractivo de los grandes municipios costasoleños para cadenas comerciales vuelve a cotizar al alza, a juzgar por la última cascada de aperturas



NURIA TRIGUERO

ntriguero@diariosur.es

MÁLAGA VUELVE A SER IMÁN PARA LAS MARCAS

La calle Larios se ha convertido en un feudo de franquicias y cadenas comerciales por sus elevados alquileres. SUR

Tienen sus 'fans' -capaces de hacer horas de cola para ser los primeros en entrar en un Apple Store- y sus detractores, que critican que a causa de su proliferación todas las ciudades acaban pareciendo la misma. A cada cual le pueden gustar más o menos las grandes cadenas, pero lo que no es discutible es 

LOS ALQUILERES

130-150

euros por metro cuadrado se piden a día de hoy, como media, por un local en calle Larios.

110-120

es el precio por metro cuadrado del alquiler de un local en Puerto Banús. Ambas cifras son estimaciones de Richard Ellis.

que su llegada es señal del atractivo comercial de una ciudad. Y tanto Málaga como Marbella y, en menor medida, Fuengirola, están recibiendo en los últimos meses una auténtica invasión de este tipo de negocios. Algunas marcas ya estaban presentes en la Costa del Sol y lo que hacen ahora es redoblar su apuesta, como Primark, Starbucks o Sprinter. Otras reaparecen después de una in-

Las grandes cadenas comerciales y de restauración dan por terminada la crisis y vuelven a abrir su cartera para relanzar sus planes de expansión, con Málaga como uno de sus objetivos prioritarios

tentona fallida, como Subway o Kentucky Fried Chicken. Y aterrizando por primera vez en la provincia están Costa Coffee, COS y Other Stories (ambas filiales de H&M), Dolores Promesas y The Good Burger, entre otras. Los motivos que están detrás de este aluvión de llegadas son varios. Para empezar, las grandes cadenas de 'retail' y restauración dan ya por terminada la crisis y han abierto de

LAS ÚLTIMAS APERTURAS

Málaga

Vodafone

Qué: Su tienda bandera en Málaga, dentro del nuevo formato de tiendas al estilo Apple que la operadora está implantando en grandes ciudades.
Dónde: Calle Larios.
Cuándo: Recién abierta.



Starbucks

Qué: Su primera cafetería en Málaga, sin contar la que tiene en el aeropuerto.
Dónde: El Corte Inglés de la avenida Andalucía.
Cuándo: Este verano.



COS

Qué: La primera tienda en Andalucía de la enseña más sofisticada de H&M.
Dónde: En otoño.
Dónde: Calle Larios.



& Other Stories

Qué: La primera tienda en Andalucía, y segunda de España, de la línea de complementos de alta gama de H&M.
Dónde: En otoño.
Dónde: Calle Larios.



Sprinter

Qué: Segunda y tercera tienda de esta cadena de tiendas de deporte en Málaga.
Dónde: C. C. Larios y Alameda.
Cuándo: La primera ya está abierta y la segunda está en proceso.



Antony Morato

Qué: Primera tienda de esta cadena de moda masculina.
Dónde: Aún no se sabe.
Cuándo: Este verano.



Festa

Qué: Primera tienda de esta cadena de moda femenina.
Dónde: Aún no se sabe.
Cuándo: La empresa ha anunciado que en los próximos seis meses.



Costa Coffee

Qué: Primera cafetería de esta multinacional en Andalucía.
Dónde: Plaza de la Constitución.
Cuándo: Abrió en mayo.



Viva Gym

Qué: Primer gimnasio de esta cadena 'low cost' en Málaga.
Dónde: C. C. Málaga Plaza.
Cuándo: Ha abierto este mes.



Chika10

Qué: Primera tienda en Málaga de esta cadena de zapaterías enfocada al público joven.
Dónde: C. C. Larios.
Cuándo: Abierta recientemente.



The Good Burger

Qué: Primer local en Málaga de esta franquicia de hamburgueserías perteneciente al Grupo Restalia (100 Montaditos y La Sureña).
Dónde: Muelle Uno.
Cuándo: Abierta recientemente.



Cruciani

Qué: Primera tienda en Málaga de esta marca de bisutería especializada en macramé.
Dónde: Muelle Uno.
Cuándo: Abierta recientemente.



Samsung Experience Store

Qué: Segunda apertura en la provincia de estas tiendas de nueva generación de Samsung.



Dónde: C. C. Plaza Mayor.
Cuándo: Abierta desde mayo.

Kentucky Fried Chicken

Qué: Franquicia americana de 'fast food' que abre en Málaga capital su tercer establecimiento de la provincia.
Dónde: Calle Marismas, 48 (Teatinos).
Cuándo: Abierta desde mayo.



Subway

Qué: Franquicia de 'fast food' que vuelve a la capital malagueña varios años después de haber cerrado el establecimiento que tenía.
Dónde: Calle Santa María.
Cuándo: Abierta desde mayo.



Alain Afflelou

Qué: Dos nuevas ópticas de esta cadena francesa.
Dónde: En la calle Hilera y en la plaza Félix Sáenz.
Cuándo: Abiertas recientemente.



Dolores Promesas

Qué: Primera tienda en Málaga de esta firma de moda femenina.
Dónde: Calle Compañía.
Cuándo: Abrió en marzo.



El Ganso

Qué: Primera tienda a pie de calle de esta firma de moda 'retro' en la capital malagueña (ya tiene un 'corner' en El Corte Inglés).
Dónde: Plaza de la Constitución.
Cuándo: Abrió en marzo.



Marbella

Behér

Qué: Primera tienda en la provincia de esta marca de embutidos ibéricos.
Dónde: C. C. La Ca-



Papizza

Qué: Primer establecimiento que abre esta franquicia de pizzerías en la provincia.
Dónde: Puerto Banús.
Cuándo: Abierta recientemente.



Primark

Qué: Tercera tienda de esta multinacional de la moda 'low cost' en la provincia.
Dónde: C. C. La Cañada
Cuándo: Aún no tiene fecha.



Starbucks

Qué: Primera cafetería de esta cadena en Marbella, dentro de su acuerdo con El Corte Inglés.
Dónde: El Corte Inglés Banús.
Cuándo: Próximamente.



Escada

Qué: La firma de moda de lujo abre su primera tienda a pie de calle en Marbella, donde ya tenía espacios en el Hotel Marbella Club y en El Corte Inglés.
Dónde: Puerto Banús.
Cuándo: Ha abierto este mes.



Hoss

Qué: Primera tienda en Marbella de esta firma de moda española.
Dónde: Puerto Banús.
Cuándo: Ha abierto este mes.



Lacoste

Qué: Nueva tienda de la conocida firma del cocodrilo.
Dónde: C. C. La Cañada.
Cuándo: Abierta recientemente.



Sushimore

Qué: Nueva franquicia de esta cadena especializada en sushi.
Dónde: C. C. Guadalmina, en San Pedro Alcántara.
Cuándo: Ha abierto este mes.



BDBA

Qué: Firma de moda española de alta gama que abre su primera tienda en la provincia.
Dónde: Puerto Banús.
Cuándo: Abierta el pasado abril.



Fuengirola

Costa Coffee

Qué: Cadena de cafeterías rival de Starbucks que abre su segundo establecimiento de la provincia.
Dónde: C. C. Miramar.
Cuándo: Ha abierto este mes.



Tezenis

Qué: Nueva tienda de esta cadena especializada en moda íntima.
Dónde: C. C. Miramar.
Cuándo: Abrió recientemente.



The Good Burger

Qué: Hamburgueserías pertenecientes al mismo grupo que La Sureña y 100 Montaditos. Es su segundo local en la provincia.
Dónde: C. C. Miramar.
Cuándo: Ha abierto este mes.



Poëma

Qué: Primer establecimiento de la nueva línea de tiendas de Perfumerías Primor.
Dónde: C. C. Miramar.
Cuándo: Abierta recientemente.



nuevo su cartera para relanzar sus planes de expansión. Y Málaga y la Costa del Sol se sitúan entre sus cinco primeras prioridades en España, según destaca el director territorial de Richard Ellis en Andalucía, Iñigo Molina. La capital malagueña tiene ahora el atractivo añadido de ser un destino turístico en auge gracias a los cruceros y a su atractivo cultural, lo que se refleja claramente en su Centro Histórico, que se ha revalorizado comercialmente. «Es evidente que muchas cadenas, tanto nacionales como internacionales, ya están presentes en Málaga. Esta circunstancia, además del referente nacional e internacional que supone nuestra ciudad, nuestro clima, nuestro puerto y nuestro turismo, influye decisivamente en querer estar presente en la capital económica de Andalucía. Es un hecho y una oportunidad para marcas que no quieren dejar de aprovechar esta circunstancia», afirma Javier Artacho, socio de la consultora Musashi, especializada en comercio.

Este renovado interés de las grandes firmas por instalarse en la ciudad se conjuga con un mercado de locales comerciales más dinámico por efecto del inminente fin de la renta antigua y de la propia crisis. «Antes había más dificultades para encontrar localizaciones porque había locales con contratos muy largos o de renta antigua», afirma Molina.

Principales focos

Los principales focos de atracción para las grandes cadenas son tres: la calle Larios, en Málaga capital; y el centro comercial La Cañada y Puerto Banús, en Marbella. Estas tres localizaciones son las calificadas como 'prime' en la provincia por las consultoras y agencias que se encargan de buscar locales a este tipo de firmas. Y en estos momentos es realmente difícil encontrar un local disponible en dichas zonas, tras el fuerte movimiento registrado en los últimos meses.

«Las primerísimas marcas, del tipo Inditex, si no es en calle Larios, no aceptan nada», afirma el director territorial de Richard Ellis. Desde hace un año han sido varias las aperturas en la 'high street' de Málaga: Vodafone con una tienda al estilo 'Apple', la firma de gafas de sol Roberto Martín y Springfield. A día de hoy sólo un local permanece vacío en esta vía: el que dejó General Óptica, aunque podría tener ya próximo inquilino. Los precios están disparados: se piden entre 130 y 150 euros por metro cuadrado (calculando un local de unos 100 metros), y comerciantes de la zona aseguran que últimamente se han llegado a cerrar contratos con cifras que empiezan por 2.

Las calles y plazas cercanas a la calle Larios (calle Nueva, plaza de la Constitución y calle Compañía entre ellas) también se han beneficiado de su magnetismo, atrayendo a marcas como Tiger, Dolores Promesas, Costa Coffee o El Ganso. Sin olvidar los centros comerciales, que como consecuencia de la crisis han bajado los alquileres y tienen más



La nueva franquicia de comida japonesa que ha abierto recientemente en Marbella. :: JOSELE-LANZA

rotación de locales libres, por lo que muchas marcas han vuelto a considerarlos como una «oportunidad».

Mientras, Marbella reparte su mapa comercial entre dos polos. Uno es el centro comercial La Cañada, que según Molina «no ha sufrido la crisis» y se sitúa «entre los más atractivos de España» por el volumen de visitantes que atrae y el nivel de las marcas que ya acoge,

entre las que destacan Fnac, Apple y, dentro de poco, también Primark, que abrirá allí su tercera tienda en la provincia. El otro gran referente para las marcas, con especial predicamento entre las de lujo, es Puerto Banús, donde a día de hoy es muy complicado encontrar un local vacío. «Se pelean mucho las rentas», afirma Molina, que sitúa el precio medio de alquiler entre los 110 y los

120 euros por metro. Hoss y Escada han sido las últimas firmas en aterrizar.

Después de Marbella, Fuengirola es el segundo centro de interés en la Costa del Sol para cadenas y franquicias, con su centro comercial Miramar. Costa Coffee, The Good Burger, Tezenis y Primor han sido las últimas marcas en apostar por este emplazamiento.

La iniciativa local no pierde comba en el Centro Histórico

Emprendedores malagueños eligen calles secundarias del casco antiguo para abrir tiendas de ropa, artesanía o gastronomía

:: N. T.

MÁLAGA. Frente al renovado empuje de las multinacionales y las franquicias, la iniciativa local no sólo resiste sino que da muestras de vigor en el Centro de Málaga, a juzgar por el goteo de aperturas de nuevos negocios. El resurgir de calles como Andrés Pérez, San Juan, Santos, Mártires, Especerías, Compañía o Sancha de Lara demuestran percibir que el pequeño comercio está más vivo que nunca. Y es que tiendas de ropa, cosmética, decoración, artesanía

y gastronomía impulsadas en los últimos dos años por emprendedores malagueños están ampliando el mapa comercial del casco antiguo, antes circunscrito a Larios y sus inmediaciones.

Para el consultor especializado en comercio Javier Artacho, no hay que temer por la salud del pequeño comercio. «Nada más hay que dar una vuelta por el Centro para comprobar cómo se están potenciando zonas comercialmente hablando que, apoyadas en la hostelería, están suponiendo un nuevo renacer del comercio tradicional adaptado a las nuevas necesidades de los consumidores. Varios son los ejemplos: entorno Thyssen, la zona de la calle Andrés Pérez, zona de calle Camas, etcétera».

El Área de Comercio y Vía Pública del Ayuntamiento de Málaga

es testigo de este dinamismo comercial por su labor de control sobre las nuevas aperturas. En 2012 levantaron la persiana 293 nuevos comercios en el distrito Centro, que representaron el 46% del total de negocios inaugurados. En 2013 iniciaron su actividad 284 tiendas más y en el primer trimestre de este año, otras 73, que suponen ya el 47% del total de aperturas de la zona. Detrás de estos números hay iniciativas de diferentes sectores, pero que comparten una filosofía clave para el éxito del pequeño comercio: especialización y diferenciación. Sea una tienda de cervezas artesanales, un establecimiento consagrado al 'bookcraft' (encuadernación) o una 'boutique' con marcas exclusivas, la clave está en ofrecer lo que no tienen las grandes superficies.

La ampliación de las concesiones a 50 años abren nuevas oportunidades al Puerto

Proyectos como la construcción de un hotel, el uso del Cubo o las marinas pueden beneficiarse al ampliarse el periodo de amortización

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Nuevos horizontes se abren en el Puerto de Málaga. La decisión del Consejo de Ministros del pasado día 4 de ampliar el plazo máximo de las concesiones portuarias de 35 a 50 años supone nuevas oportunidades de negocio y la solución a algunos problemas planteados por, por ejemplo, cadenas hoteleras interesadas en construir un establecimiento en el recinto portuario que advertían que 35 años no era suficiente para amortizar una inversión de esa envergadura. Es más, el último planteamiento de uno de estos grupos pasaba por construir un hotel con casino como fórmula para acelerar la amortización

Sin embargo no será el único proyecto que puede beneficiarse de esta medida, en la que los técnicos de la Autoridad Portuaria estudian la letra pequeña de un decreto nuevo que obligará también a quienes tienen ya una concesión a solicitar la ampliación. El presidente de la Autoridad Portuaria de Málaga, Paulino Plata, precisó que esta prórroga puede favorecer también a las marinas, al proyecto del Cubo, en el que se instalará una sede del Pompidou, entre otras iniciativas que hay previstas en las instalaciones. «Esta ampliación es interesante para sacar adelante proyectos que tienen que ver con el dominio y el patrimonio portuario. Esta prórroga tiene importancia porque estas iniciativas contribuirán a equilibrar la gestión y la economía del Puerto», dijo Plata.

El presidente de la Autoridad Portuaria insistió en que esta decisión abre también nuevas oportunidades, además de poder reactivar proyectos pendientes y que tenían como principal escollo los 35 años máximos de concesión que impiden, según qué actuaciones, amortizar el coste de la inversión.



Vista del recinto portuario de Málaga, en la zona de la terminal del Palmeral :: su

También valoró que esta prórroga coloca a los puertos españoles en una situación homologable a la que hay en el conjunto de la red portuaria europea, en la que en su mayoría rondan los 50 años ahora establecidos. «El disponer de una si-

tución similar al resto facilita la actividad y en parte la competitividad», señaló Plata.

En este sentido, el vicepresidente ejecutivo de Plataforma IPE, José Luis Almazán, precisó: «esta ampliación de las concesiones portuarias

a 50 años nos equipara con nuestros competidores en Europa y mejora nuestra posición en el mercado. Nos alegramos de esta decisión del Gobierno y desde nuestra plataforma ofrezcamos todo nuestro apoyo a la Administración para diseñar estra-

tegias que permitan optimizar la competitividad del sistema portuario español», añadió.

Sin embargo, Plata advirtió de algunos aspectos que se contemplan en el decreto y que pueden suponer algún inconveniente dado que se establece un periodo muy corto para los que tienen en la actualidad una concesión, como es el caso de Muelle Uno, el Cubo o la terminal de contenedores. Estos tendrán que actualizarse antes del 5 de enero de 2015, suponiendo esta adaptación, de los 35 años que tienen ahora a los 50 establecidos, un desembolso económico. «Además, si todos los que tienen concesiones portuarias tienen un plazo tan breve se puede producir un problema de sobreoferta», dijo Plata. En este sentido, consideró que es demasiado pronto para conocer el coste de esta actualización, así como para haber recibido ya nuevos proyectos al calor de este medio siglo de concesión.

Los inversores valoran esta prórroga

La Plataforma de Inversores en Puertos Españoles (Plataforma IPE) considera que la decisión de ampliar el plazo de concesión de las infraestructuras portuarias a 50 años es una medida «muy positiva», así como «adecuada», «oportuna» y «vital» para el sostenimiento actual del

sistema portuario español. Esta prórroga de las concesiones, señalan en una nota la plataforma, se presenta como un «elemento determinante para la contribución efectiva del sistema portuario al crecimiento de la economía española». En este sentido, destacan que se da respuesta a una «petición histórica del sector portuario español», que se encuentra «respaldada por la gran mayoría de los operadores de infraestructuras».

La Plataforma IPE confía en

que el decreto que pone en marcha esta medida permita a los concesionarios actuales adaptar los retornos a la realidad del mercado. La medida debe suponer además, a juicio de la plataforma, la apertura de una «nueva etapa de reactivación del sistema portuario español». «Su importancia en la economía española es clave», afirma, antes de recordar que por los puertos pasan cerca del 60% de las exportaciones y el 85% de las importaciones.

Que el turismo cultural esté en auge o que el gastronómico abra un nuevo nicho de mercado no quiere decir que haya que denostar las tradicionales vacaciones de sol y playa. Pasados unos años en que hasta se veía mal eso de decir que el objetivo de tu verano era tumbarte al sol en la playa, un informe realizado por la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía deja claro que no solo este segmento está en boga sino que conviene que la moda perma-



nezca a tenor de los ingresos que hay en juego. Los turistas que recalzan en el litoral andaluz dejaron unos 1.100 millones de euros el pasado año en los 60 municipios que miran al mar. Una partida que creció un 5%, en la misma proporción que lo hicieron los 13,1 millones de turistas o los más de 30 millones de estancias que generaron en los hoteles de la región. Son datos a valorar. El litoral es la gallina de los huevos de oro, a la que por eso de que los turistas llegan solos y llenan las playas se les presta demasiada poca

atención. Basta señalar que la reivindicación de disponer del saneamiento integral en la Costa del Sol es casi tan antigua como el inicio del 'boom' del turismo de masas.

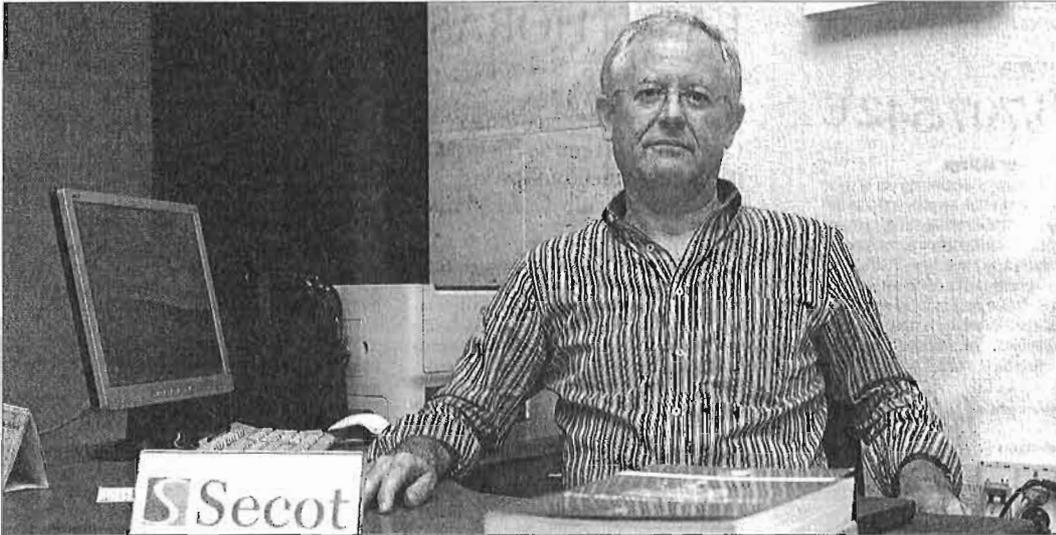
La playa tiene efectos terapéuticos, permite descansar o realizar actividades de ocio. Pero además es el imán para que el 70% de las pernoctaciones hoteleras de Andalucía estén motivadas en los más de 320 días de sol al año y en un mar, que es fuente de riqueza.

Que nadie olvide además que la Costa del Sol es el corazón que

mueve esta industria y que copa más de la mitad de los turistas y de las estancias de quienes recalzan en el destino con la clara intención de tumbarse al sol, darse unos baños en el mar y disfrutar de la gastronomía en los chiringuitos, que se convierten en la casa de este turista que reside en la playa durante sus vacaciones. De ahí, que la regularización de estos establecimientos, que permitirá realizar importantes reformas, es vital. Estos negocios dan vida a la playas y estas al turismo.

Secot Málaga asesora de manera altruista a los empresarios del futuro

► Afincada en Málaga desde 1994, esta asociación está formada por expertos del mundo de la empresa, que tras su jubilación, quieren seguir sintiéndose útiles para la sociedad ► Ayudan a emprendedores para realizar su idea de negocio



El presidente de Secot en Málaga, Francisco Carvajal en las oficinas de la asociación. ARGINIEGA

MATÍAS STUBER MÁLAGA

■ Dicen que la experiencia es la mejor de las maestras. Si se juntan 18 personas con un largo recorrido profesional y empresarial en todos los sectores, desde la empresa privada, hasta la banca, y desde administración pública hasta el mundo jurídico, la voz de esa experiencia se convierte en un valor añadido que merece ser escuchado.

Secot (*Seniors Españoles para la Cooperación Técnica*), es una asociación sin ánimo de lucro que lleva en Málaga desde el año 1994 y está formada por personas jubiladas o prejubiladas que cuentan con un gran bagaje profesional. Ayudar de forma altruista. Sentirse útil y realizado a una edad en los que otros ya sólo están para ver los días pasar. Les gusta llamarlo «envejecimiento activo».

Ofrecer su conocimiento en gestión empresarial a quienes lo necesitan. Y son muchos, que en un panorama de crisis económica, ven en el emprendimiento una oportunidad de salir adelante. En las oficinas de Secot lo saben. La afluencia de personas que se acercan en busca de ayuda es cada vez mayor. En China la palabra crisis también significa oportunidad. «Es verdad eso que dicen. La experiencia que yo tengo me lo ha demostrado muchas veces», afirma Francisco Carvajal, presidente de la Delegación de Málaga de Secot. Más de 25 años al frente de la empresa privada en el sector de la hostelería le avalan. Jubilado, con 70 años, pero transmitiendo la

El emprendedor tiene que estar entusiasmado y creer ciegamente en su idea. Si no, está condenado al fracaso

ilusión de un novato que ve nacer su primer negocio, Carvajal explica que hay dos grandes grupos en los que se puede dividir las personas que acuden a las oficinas de Secot (se encuentran en la antigua Cámara de Comercio): «Están los jóvenes, que acaban de terminar sus estudios universitarios, y que

de alguna manera buscan en el emprendimiento la oportunidad de iniciarse en la vida laboral. Tienen una idea de negocio en mente, creen que es posible llevarlo a cabo, y para ello nos piden asesoramiento. Luego hay otro grupo importante que lo vemos con mucha frecuencia. Personas mayores de 40 a 50 años, que por desgracia, han perdido su empleo».

Emprendedores por necesidad

No saben lo que es la asunción de riesgos, porque nunca han tenido

la necesidad. Nunca, hasta ahora. Eran asalariados que dormían tranquilos por las noches, esperando su sueldo cada fin de mes. Ahora, desempleados, son demasiado viejos para encontrar trabajo, y excesivamente jóvenes para dejar de hacerlo. La desesperación les lleva a ir a por un negocio de manera forzada. La última esperanza para reconducir vidas, muchas veces también, familias enteras. ¿Qué ocurre? Empujados por las circunstancias, gastan los ahorros de una vida en montar un negocio con premura. Sin el en-

LAS CIFRAS

95%

Tejido empresarial en España

► Pymes y micropymes componen el tejido empresarial en España. De su éxito depende la creación de empleo.

30 €

Cuota anual para socios de Secot

► Cualquier persona jubilada o prejubilada, que piense que su experiencia laboral pueda servir para ayudar, puede formar parte de Secot.

10 de 50

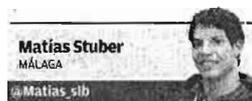
Negocios llevados a cabo

► En 2013 se analizaron 50 proyectos. Diez de ellos ya son una realidad.

El sueño del negocio propio. A veces de forma espontánea, otras de manera calculada, surge la idea de negocio. El empresario cree haber descubierto una necesidad de mercado no cubierta. A partir de ahí, empieza el reto de convertir la idea en realidad

Los pasos del emprendedor

► Un buen plan de empresa es la base que permite minimizar los posibles riesgos y resulta imprescindible para saber si un negocio es viable



■ «Para estar así, mejor monto mi propia empresa». Es una frase que se repite cada vez más en estos tiempos de incertidumbre a nivel financiero y económico. Quien va

en serio con su propósito, está a punto de comenzar un camino arduo. Convencer a los escépticos, negociaciones duras con banqueros, y no pocas veces, el enfrentamiento con las debilidades de uno mismo. Emprender tiene algo de amor. Cambia la vida. La idea que subyace a cada negocio, puede llegar de manera inesperada.

«Los pasos previos que hay que dar antes de montar un negocio, deben ser fijados en un buen plan de empresa»

da. «Pasa muchas veces, que el empresario es un pésimo gestor», sabe Francisco Carvajal. ¿Es mi

idea un buen negocio? ¿En qué momento tengo que contratar a alguien que me ayude? ¿Cómo afectan los impuestos a mi negocio? ¿Qué forma jurídica es la más adecuada para iniciar mi actividad? «Todas estas dudas deben ser articuladas en un plan de empresa», explica Carvajal. Para ello se puede contar con la ayuda de Secot. «Cuando alguien viene aquí con una idea en la cabeza, muchas veces algo vaga, intentamos ver cómo se le puede dar forma». El primer paso, realizar un plan de negocios. Después, un análisis de entorno y de marketing. «Siempre intentado ver la viabilidad del negocio», apunta el presidente de Secot. El papel lo aguanta todo. La financiación no. Si se pasa esa criba, comienza el papeleo. Los extrabajadores en la Administración Pública que están en Secot saben qué hacer. La experiencia es la mejor de las maestras.

MÁLAGA

TURISMO | RADIOGRAFÍA DEL TRÁFICO AÉREO EN MÁLAGA

LAS CIUDADES A LAS QUE SE PUEDE VOLAR DIRECTAMENTE DESDE MÁLAGA EN TEMPORADA ALTA

Ciudad	Línea aérea	Ciudad	Línea aérea	Ciudad	Línea aérea	Ciudad	Línea aérea	Ciudad	Línea aérea
AALBORG	NORWEGIAN	BRUSELAS	BRUSSELS AIRLINES, VUELING, THOMAS COOK, RYANAIR, JETAIR	NOTTINGHAM	JET2.COM, MONARCH, RYANAIR	JEREZ	LUXAIR, THOMAS COOK, TUI	MELILLA	AIR NOSTRUM, AIR EUROPA, AERO NOVA
AARHUS	RYANAIR	BUCAREST	BLUE AIR, WIZZ AIR	EOIMBURGO	JET2.COM, RYANAIR	KARLSRUHE/BADENBADEN	RYANAIR	MEMMINGEN	RYANAIR
ABERDEEN	BRITISH	BUDAPEST	WIZZ AIR	EINDHOVEN	TRANSAVIA, RYANAIR	CATOWICE	LOT POLSKIE	METZ-NANCY	JETAIR
ALICANTE	JETAIR FLY	BURDOS	VOLOTEA	ESTAMBUL	TURKISH	KNOCK	RYANAIR	MILAN	EASYJET
AMSTERDAM	TUI, VUELING, TRANSAVIA	BURGOS	AERO NOVA	VASTERAS	RYANAIR	KOSICE	TSS	MONTREAL	AIR TRANSAT
ASTURIAS	VUELING, VOLOTEA	CARDIFF	THOMSON, VUELING	ESTOCOLMO	NORWEGIAN, SAS, RYANAIR	LANZAROTE	AIR EUROPA, VUELING, AIR NOSTRUM	MOSCÚ	VUELING, AEROFLOT, TRANSAERO
BARCELONA	IBERIA, RYANAIR, VUELING	CASABLANCA	ROYAL AIR MAROC	ESTRASBURGO	JETAIR	LEEDS	JET2.COM, RYANAIR	MUENSTER	RYANAIR
BASEL-MULHOUSE	EASYJET	CATANIA	MISTRAL AIR	EXETER	FLYBE	LIEGE	JETAIR	MUNICH	AIR BERLIN, LUFTHANSA, NORWEGIAN, VUELING
BELFAST	JET2.COM, EASYJET, THOMSON, AER LINGUS	CEUTA	CAT HELICOPTERS	FARO	THOMAS COOK, TUI	LILLE	JETAIR, THOMAS COOK	NANTES	AIR MEDITERRANEE, EUROPE AIRPOST, VUELING
MILAN	MISTRAL, RYANAIR	CHALONS SUR MARNE	JETAIR	FRANKFURT	LUFTHANSA, RYANAIR	LISBOA	MISTRAL, TAP	NEWCASTLE	JET2.COM, THOMSON, EASYJET
BERGEN	NORWEGIAN, SAS	COLONIA	AIR BERLIN, RYANAIR, NORWEGIAN	FUERTEVENTURA	AIR NOSTRUM	LIVERPOOL	EASYJET, RYANAIR	NIZA	AIR NOSTRUM
BERLIN	EASYJET, AIR BERLIN, GERMANWINGS	COPENHAGUE	NORWEGIAN, SAS, VUELING	GINEBRA	EASYJET, SWISS	LONDRES	BRITISH, THOMSON, NORWEGIAN, MONARCH, EASYJET, RYANAIR	NUOVA YORK	DELTA
BILBAO	VUELING	CORK	AER LINGUS, RYANAIR	GLASGOW	EASYJET, JET2.COM, BRITISH, THOMSON, RYANAIR	LUXEMBURGO	LUXAIR	NUREMBERG	RYANAIR
BILLUND	RYANAIR	KRAKOW	RYANAIR	GOTEMBURGO	RYANAIR, SAS, NORWEGIAN	LYON	AIR MEDITERRANEE, VUELING, EUROPE AIRPOST	OSTENDE	JETAIR
BIRMINGHAM	MONARCH, RYANAIR	DEAUVILLE	JETAIR	GRAN CANARIA	AIR EUROPA, VUELING	MADRID	IBERIA, AIR EUROPA	OSLO	NORWEGIAN, RYANAIR, SAS
BLACKPOOL	JET2.COM	DOONCASTER	THOMSON	HAMBURGO	AIR BERLIN, VUELING, NORWEGIAN	MALMO	RYANAIR	PALMA DE MALLORCA	AIR EUROPA, AIR BERLIN, MISTRAL, RYANAIR, VUELING
BOLOGNA	RYANAIR	DORTMUND	RYANAIR	HANNOVER	VUELING	MANCHESTER	EASYJET, JET2.COM, MONARCH, THOMSON, RYANAIR	PARIS	RYANAIR, AIR EUROPA, JETAIR, EASYJET, TRANSAVIA, VUELING
BOURNEMOUTH	RYANAIR	DUBLIN	AER LINGUS, RYANAIR	HAUGESUND	RYANAIR	MARRAKECH	BINTER		
BRATISLAVA	RYANAIR, TSS	DUSSELDORF	AER BERLIN, LUFTHANSA	HELSINKI	FINNAIR, NORWEGIAN	MARSELLA	EUROPE AIRPOST, AIR MEDITERRANEE, RYANAIR		
BREMEN	RYANAIR	NIEDERRHEIN	RYANAIR	IBIZA	AIR NOSTRUM, VUELING				
BREST	EUROPE A.								
BRISTOL	EASYJET, RYANAIR								

El aeropuerto aumenta plazas y vuelos este verano

- Los malagueños pueden volar de forma directa a 120 ciudades
- El 87% de las conexiones son europeas
- Bruselas es uno de los destinos que más crece

Ángel Recio MÁLAGA

El aeropuerto de Málaga es el cuarto más importante de España —tras Madrid, Barcelona y el insular de Palma de Mallorca— y el trigésimo quinto de Europa. Su peso está creciendo con el paso de los años y la creación de la nueva terminal y el auge del turismo residencial están atrayendo a numerosas compañías de distintas partes del planeta, aunque esta instalación tiene una clientela básicamente europea. De hecho, en esta temporada estival —que comenzó el 30 de marzo y finaliza en octubre— las aerolíneas ofrecen 11,5 millones de plazas desde o hacia el aeropuerto de Málaga y diez millones de asientos, el 87%, son conexiones con Europa. Gran Bre-

LOS NÚMEROS

11,5

Millones. Es el número de plazas disponibles para viajar a Málaga o salir de Málaga en la temporada estival, que comprende de marzo a octubre. Es un 5% más que el año pasado.

67.518

Aviones. Volarán esta temporada alta por el cielo malagueño. La mayoría de ellos tiene origen o destino en Gran Bretaña. Pero otros van a lugares remotos como Nueva York o Moscú.

9

Rutas nuevas. Este verano se han estrenado nuevas rutas a Londres, Belfast, Shannon, Asturias, Palma, París, Lyon, Nantes y Bucarest.

taña es la estrella, pero están tomando auge otros países como Italia o Francia.

La posición privilegiada de la Costa del Sol en el sector turístico mundial permite a los malagueños la posibilidad de volar de forma directa a numerosos destinos. En este verano son concretamente 120, desde muy próximos como Jerez de la Frontera a bastante lejanos como Nueva York, Montreal o Moscú. Hay precios para todos los gustos y, al ser verano, son más caros que en temporada baja. Pero, aún así, se puede ir y volver a varias ciudades europeas por menos de 150 euros.

En esta temporada de verano aterrizarán y despegarán 67.518 aviones y será ahora en julio y agosto cuando haya una mayor



Ciudad	Línea aérea
POZNAN	ENTER AIR
PRAGA	TRAVEL SERVICE
ROMA	RYANAIR, ALITALIA, VUELING
ROTTERDAM	TRANSVIA
SANTANDER	RYANAIR
S. DE COMPOSTELA	RYANAIR, VUELING
SHANNON	AER LINGUS, RYANAIR
SOFIA	BULGARIA AIR
SOUTHAMPTON	FLYBE
SOUTHEND	EASYJET
STAVANGER	NORWEGIAN, SAS
STUTTGART	AIR BERLIN, GERMANWINGS
TAMPERE	RYANAIR
TENERIFE	AIR EUROPA, VUELING
TOULOUSE	AIR FRANCE, VUELING
VENECIA	RYANAIR
TRONDHEIM	NORWEGIAN, SAS
VALENCIA	AIR NOSTRUM
VARSOVIA	LOT POLSKIE, NORWEGIAN, TRAVEL SERVICE
VIENA	NL LUFFTAHR
WROCLAW	RYANAIR
ZURICH	SWISS

frecuencia. Habrá momentos punta en los que se podrá ver un avión entrando o saliendo casi cada minuto.

El interés por este aeropuerto por parte de las aerolíneas es palpable, como demuestra el hecho de que han aumentado el número de aviones un 3,7% y el de plazas un 5% respecto a la temporada estival del año pasado. No hay grandes novedades en las conexiones, pero sí un aumento del número de enlaces.

Uno de los destinos que está cobrando más auge este verano es Bruselas. Hay cinco compañías que vuelan hacia este destino (ver tabla adjunta) y han visto tal posibilidad de negocio que se han incrementado un 22% las plazas ofertas y un 20% los vue-

Se encarecen los billetes y hay precios para todos los gustos, pero hay varios asequibles

los programados. Londres y París son dos destinos clásicos que nunca pierden comba. A la capital británica se puede volar desde Málaga a bordo de seis compañías distintas y llegar a cinco aeropuertos (Heathrow, Gatwick, Luton, Stansted y London City). A París, más de lo mismo. Se puede ir en seis aerolíneas diferentes y llegar a tres aeropuertos.

Este verano se han estrenado rutas a Londres, Belfast, Shannon (Irlanda), Asturias, Palma de Mallorca, París, Lyon, Nantes y Bucarest. También se ha recuperado el enlace directo con Nueva York a través de Delta Airlines. El sector turístico siempre les ha demandado que la conexión con EEUU sea anual y no solo en verano pero, por el momento, no hay cambios.

SALVADOR MERINO. DIRECTOR DEL AEROPUERTO MÁLAGA-COSTA DEL SOL



Salvador Merino dirige el aeropuerto malagueño desde hace más de dos años.

● Merino cree que se puede estar cerca de batir el récord de viajeros de 2007 y destaca que Málaga está a la cabeza en inversión y desarrollo tecnológico

“Queremos asentar el medio radio e incrementar EEUU y Asia”

A. Recio MÁLAGA

Salvador Merino tiene sobre sus hombros la responsabilidad de que todo funcione a la perfección en una instalación por la que pasan a diario miles de personas. Se quita importancia y dice que es un trabajo en equipo, aunque la procesión va por dentro. Aena apuesta por este aeropuerto como demuestra la inversión en la T3, la segunda pista o la reciente instalación de sistemas pioneros como el GBAS o el ABC, pero todo eso hay que rentabilizarlo con operaciones y viajeros.

—¿Qué prevé este verano?

—Seguir en la línea de mejora respecto al año pasado. En los cinco primeros meses del año hemos tenido un incremento superior al 8%, por lo que la estacionalidad tan acusada que teníamos se ha corregido. El verano pasado ya fue bueno y este se espera mejor.

—¿Puede haber nuevo récord de viajeros en el conjunto del año?

—Nunca hay que vender la piel del oso antes de cazarla pero la tendencia que llevamos es superar con holgura el año pasado. El récord está en 13,6 millones de pasajeros en 2007 y no sé si llegaremos. Dependerá un

poco de cómo se comporte la segunda mitad del año.

—Se están abriendo nuevas rutas y aumentando conexiones tanto en invierno como en verano.

—Sí. Es importante que además de las nuevas rutas se están consolidando las ya existentes, que están incrementando las frecuencias. Saber que tenemos muchas conexiones con los destinos induce a futuros crecimientos. Lo que nos preocupa más es consolidar mercados como el británico, el centro europeo o el nórdico para que sigan creciendo, así como otros que aún no pesan mucho como Turquía, Nueva York o Rusia, que este verano se están incrementando. No nos podemos quejar.

—El año pasado el aeropuerto hizo promoción en Rusia. ¿Qué se ha recogido?

—Hemos inaugurado una conexión directa con Moscú a través de Vueling, que se suma a las dos rusas que ya había. Vamos a ver si el año que viene podemos tener una conexión con San Petersburgo y abrir alguna línea más con Rusia.

—Camblando de continente, ¿hay alguna posibilidad de que Delta tenga enlace con Nueva York todo el año desde Málaga?

—Depende de ellos. Este verano han crecido un 18% respecto al año pasado en plazas y es una buena señal. Las compañías americanas son muy prudentes y

cuando dan un paso es porque ven negocio. Espero que sigan esa senda de crecimiento, pero no nos han dicho nada. Tiene que haber demanda y ser rentable.

—En Málaga no hay enlace directo con Sudamérica. ¿Se prevé alguno a medio plazo?

—Todavía no hay nada. De vez en cuando se han producido contactos, pero nada concreto. Preferimos dar pasos firmes, asentar el medio radio que tenemos ahora y, por supuesto, incrementar las co-

“La estacionalidad tan acusada que teníamos se ha corregido. Hemos crecido un 8% hasta mayo”

nexiones con Estados Unidos. Con Sudamérica estamos a la expectativa. Nos interesa mucho abrir el mercado asiático.

—¿Qué plan tienen ahí?

—Turquía, a través de Estambul, tiene muchas conexiones, pero aún no hay nada concreto.

—¿Se usará más la segunda pista este verano?

—Sí. Ya la usamos el fin de semana pasado. Está disponible en todo momento y solo la abrimos cuando es necesario. En julio y agosto la abriremos casi con toda seguridad

todos los fines de semana. Puede parecer una paradoja que aumentando el tráfico y el número de aviones no se use siempre la segunda pista, pero eso es porque está llegando mucho tráfico en horas valle. Lo importante es tener una infraestructura preparada para absorber la demanda.

—Aena está invirtiendo en Málaga. Eso siempre es una ayuda.

—Málaga está a la cabeza en todos los desarrollos tecnológicos y de inversión por parte de Aena. Por algo será. Es un destino consolidado, que está creciendo y Aena se ha puesto a la altura.

—Estarán negociando ya la temporada de invierno ¿qué prevé?

—Aún no lo sabemos. Las compañías son ahora punto a punto y eso les permite mucha flexibilidad, por lo que hasta el último momento no manifiestan su intención por propia política comercial. Creo que el invierno irá bien seguro.

—Las aerolíneas se quejaban de las tasas, aunque Fomento aseguró que se iban a congelar.

—En el caso de Málaga el año que subieron las tasas también subimos en plazas. No creo que sea un elemento determinante. Bien está que se congelen porque el gasto repercutido en los vuelos es menor, pero las tasas son competitivas con las de otros países de nuestro entorno. No tenemos que tener miedo porque no somos caros.



La cooperativa Trops tiene su sede en el término municipal veleño, a escasa distancia del casco histórico y en el entorno del futuro Parque Tecnológico de la Axarquía. F. E.

Trops, líder en subtropicales, cierra esta campaña con 40 millones de facturación

► La cooperativa axárquica con sede junto al Parque Tecnológico mantiene su crecimiento en número de asociados, con cerca de 2.000 agricultores, y completa la temporada con 12 millones de kilos de aguacates y cuatro de mangos

FRAN EXTREMERA VÉLEZ MÁLAGA
► @extremerafran

■ Trops, la cooperativa axárquica con sede junto al Parque Tecnológico de Vélez Málaga que ejerce de líder europea en la comercialización de aguacates, mangos y otros productos subtropicales, cerrará en unos días sus balances anuales de la pasada temporada con una facturación anual superior a 40 millones de euros. No se alcanzarán los 42,5 de la anterior campaña pero, con muchos menos kilogramos producidos, las cifras en términos relativos son también de «récord» para la firma.

Esta entidad agrupa ya a cerca de 2.000 agricultores de la comarca malagueña más oriental y de la Costa Tropical granadina. Y es, precisamente, el incremento en el número de asociados uno de los factores que ha compensado la pérdida de kilos, por las circunstancias meteorológicas de 2013, de variedades como el mango. En concreto, de esta fruta apenas se ha superado la barrera de 4 millones de kilogramos.

Aunque las perspectivas de crecimiento del mango siguen siendo muy positivas, el aguacate permanece como el rey de los subtropicales producidos en España. En concreto, Trops ha comercializado, en su mayoría fuera del país, 12 millones de kilos de aguacates. «Estamos muy satisfechos del rendimiento obtenido este año porque

LAS CLAVES

BAJADA EN KILOGRAMOS
La campaña del mango cae por culpa de la meteorología

1 No eran normales las cifras de un año histórico como 2013 en cuanto a producción de mangos en la Axarquía. Sin embargo, los más de cuatro millones de kilos producidos han obtenido un mejor rendimiento en cuanto a precios, como subrayan los responsables de Trops.

MÁXIMA PRODUCTIVIDAD
Trops cierra otra temporada con 40 millones de euros facturados

2 De récord en récord, Trops puede presumir de haber mantenido su volumen de facturación, que a falta de algunos informes contables se elevará un año más por encima de los 40 millones de euros. Hubo menos kilos, pero se alcanzaron mayores precios y también aumentó el número de asociados, hasta rozar la barrera de 2.000 agricultores.

EL AGUACATE, LA ESTRELLA
El rey de los subtropicales se acerca al aceite de oliva

3 La Junta de Andalucía ya anunció a finales de 2013 que en kilos exportados el aguacate producido en la provincia estaba a punto de superar al líder histórico, el aceite de oliva. Trops ha generado este año 12 millones de kilogramos.

La producción española de aguacates mantiene precios que de media siguen muy por encima de la media mundial

los precios son bastante elevados por kilo y eso garantiza que sigamos ofreciendo la mayor calidad en los mercados europeos que son nuestros principales consumidores», indica Enrique Colilles, gerente de Trops.

Existían amenazas para la campaña de este año del aguacate. En países como Israel o Chile las campañas han sido bastante positivas, en términos de producción. En el

país sudamericano incluso se ha extendido la cosecha, de manera que años atrás la misma acabó en enero y en 2014 se han comercializado mangos chilenos hasta en marzo. Pero aún así, la enorme calidad del aguacate hash, predominante en la Axarquía, ha mantenido los elevados precios en el mercado.

«En términos de facturación, en mango sí que hubiésemos bajado mucho más si no hubiésemos incrementado el número de agricultores. Pero el próximo año volveremos a las cifras de producción de la temporada anterior a la actual, que supusieron un récord histórico, y estamos seguros de que los próximos años depararán mejo-

res noticias también. Porque se está sembrando mucho suelo de subtropicales entre Rincón de la Victoria y Vélez Málaga, adelantándose los propietarios al Plan Guaro, y también hay nuevas fincas en otras zonas», remata.

Colilles también se muestra satisfecho de que Europa haya disparado sus registros de consumo el primer semestre de este año, incluso por encima de Estados Unidos, país que ha desarrollado una campaña de promoción de consumo de subtropicales con una inversión de 40 millones de dólares. Unas cifras que permiten augurar que el subtropical seguirá siendo un pilar económico en la provincia.

OBJETIVO



El reto de incrementar en Málaga el consumo del mango autóctono

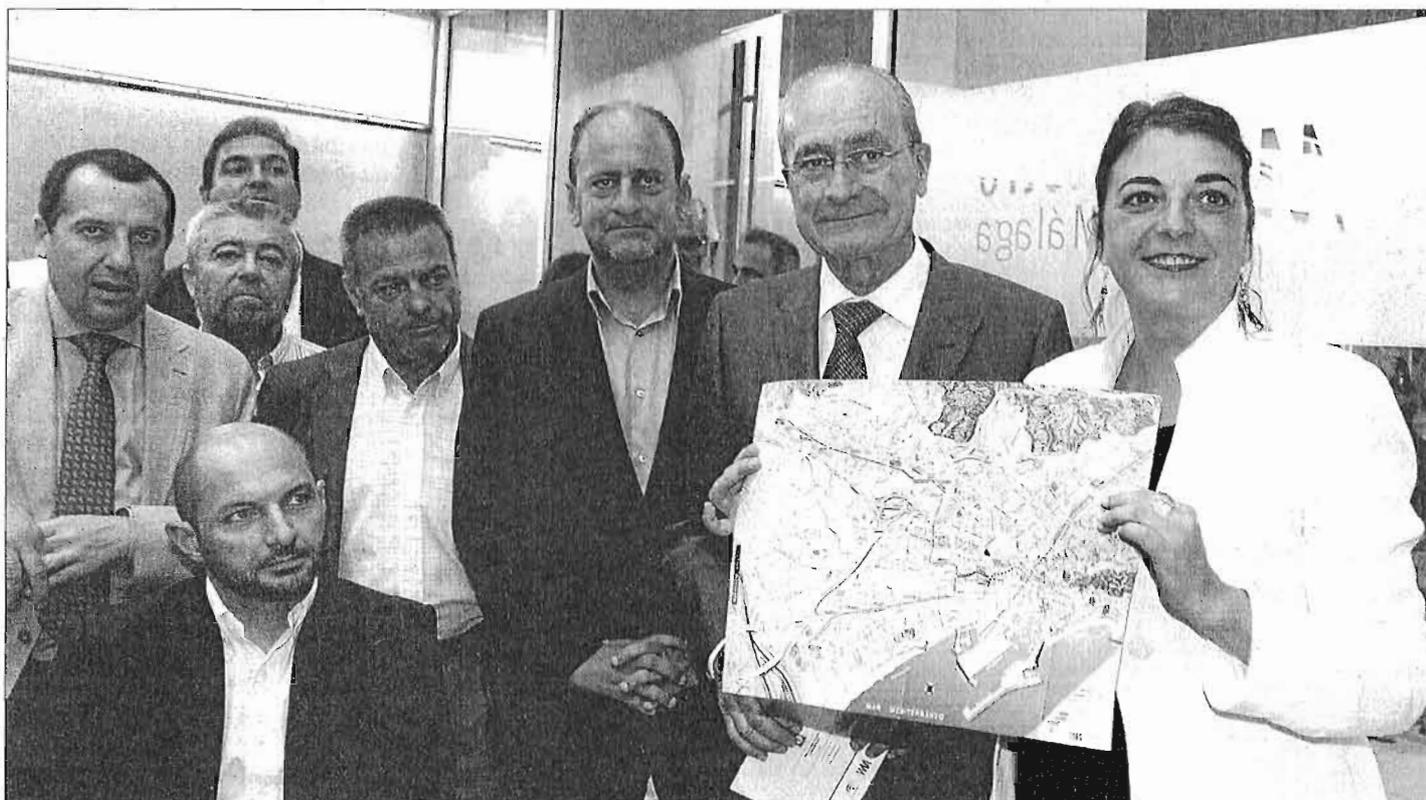
► El gerente de Trops, Enrique Colilles, subraya que el reto principal en la provincia de Málaga, en cuanto a los subtropicales, es conseguir incrementar el consumo del mango producido en nuestra tierra. «Si fuera de la Axarquía, porque en la

comarca hay mucho autoconsumo que luego no aparece en las estadísticas, el malagueño evita la adquisición de mango fuera de temporada —el de terceros países que tiene mucho menos sabor que el nuestro— seguro que a medio plazo logramos salir de esos últimos puestos que en España tenemos en cuanto al consumo de mango».

Es una de las múltiples paradojas que ofrecen los cultivos subtropicales de la Costa del Sol más oriental, a los que sumar los de la Costa Tropical granadina: en el entorno del único lugar de Europa capaz de generarlos, la ciudadanía apenas los consume. «Y en algunos

casos se toman esas frutas que vienen en barco de terceros países, más económicas, pero de mucho menos sabor, por lo que no se fideliza al consumidor», agrega Colilles.

Fuera, la historia es bien distinta. «Cada vez se espera más a nuestro mango fuera de España. Se paga muy caro y hay mucha demanda. Pero en septiembre u octubre, cuando más se generan aquí, en nuestro entorno no resultan caros. La clave está en saber distinguir la fruta autóctona de la que es importada», argumenta el gerente de Trops. Y señala que las administraciones deberían colaborar en esta tarea. F. E. VÉLEZ MÁLAGA



La consejera de Fomento, Elena Cortés, muestra el plano del metro acompañada del alcalde de Málaga, el vicepresidente, el delegado del Gobierno y el edil de Movilidad, entre otros. ARCA/INEGA

El metro de Málaga entrará en servicio el 30 de julio con viajes gratis

► La Consejería de Fomento fija la sexta y definitiva fecha para la apertura de las líneas 1 y 2 hasta la estación de El Perchel ► El suburbano comenzará a funcionar con una jornada de acceso gratuito y el reparto de 50.000 tarjetas de viajes entre los ciudadanos ► La inauguración afectará al 81% del trazado, mientras que el resto lo hará para 2017 ► Este año prevé unos tres millones de pasajeros

MIGUEL FERRARY MÁLAGA
► @miguel ferrary

■ El metro de Málaga iniciará su actividad el próximo miércoles 30 de julio, con una jornada inaugural en la que los viajes serán gratuitos para que los malagueños puedan conocer de primera mano esta infraestructura.

La consejera de Fomento, Elena Cortés, hizo ayer este anuncio en Málaga, que pone una fecha definitiva para la apertura del metro, tras acumular cinco años de retraso y otras cinco fechas previas incumplidas.

El 30 de julio se inaugura la primera fase del metro de Málaga,

con 12 kilómetros de recorrido y 17 paradas que darán servicio a los distritos de Teatinos, Cruz del Humilladero y Carretera de Cádiz, con la estación de El Perchel como gran intercambiador al estar junto a Renfe y la estación de autobuses.

Para este año espera mover 3 millones de pasajeros y 5 millones para 2015, con idea de aumentar el volumen de viajeros conforme se incorporen los tramos pendientes.

Cortés anunció que la primera jornada del metro será gratuita, de forma que los malagueños puedan conocer el suburbano de primera mano. Además, Metro Málaga re-

Las líneas 1 y 2 del metro que se inauguran el miércoles 30 suponen el 81% del trazado total proyectado

partirá 50.000 tarjetas de recarga entre los usuarios para fomentar el uso de este nuevo sistema de transporte público.

La consejera de Fomento reconoció que «ha sido un camino largo y a veces complicado, pero a partir del 30 de julio haremos que haya merecido la pena» y destacó que Málaga se convertirá en la sexta ciudad española con metro, junto a Barcelona, Bilbao, Ma-

drid, Sevilla y Valencia.

Sobre la elección de la fecha, Cortés reconoció que se quiere aprovechar estos días para terminar los trámites para la redacción y firma del nuevo contrato de gestión del metro con la concesionaria. Antes, el Consejo de Gobierno debe aprobar la consignación presupuestaria, hasta 2042, del canon que abonan las administraciones para pagar la obra, mantener la infraestructura y asegurar el beneficio industrial.

«Preveamos los días necesarios para culminar todos los trámites requeridos, que son muchos, para poner en funcionamiento esta infraestructura», apuntó Elena Cor-

LAS CLAVES

30 DE JULIO

Fecha de inauguración de la primera fase del metro

► El metro de Málaga empezará a funcionar el 30 de julio, cumpliendo así con el último compromiso de la Consejería de Fomento de abrir las líneas 1 y 2 del metro a lo largo de este mes.

GRATUIDAD

El primer día del metro se podrá viajar sin pagar el billete

► La jornada inaugural del metro de Málaga permitirá acceder a la infraestructura y realizar el recorrido sin necesidad de abonar el billete en toda la jornada, ya que se ofrecerá acceso libre y gratuito.

TARJETAS

Reparto gratuito de 50.000 tarjetas para abono del metro

► Metro Málaga repartirá 50.000 tarjetas de metro el día de la inauguración para que los malagueños puedan contratar los abonos en los viajes. El reparto se hará en el entorno de las estaciones.

CULMINACIÓN

Cinco fechas fallidas y cinco años de retraso para abrir el metro

► El 30 de julio culmina el largo proceso de inauguración del metro de Málaga, que inicialmente iba a estar en febrero de 2009. Desde entonces se han incumplido cinco fechas y se han acumulado cinco años y medio de retraso.



Uniformes para el personal del metro

► Metro Málaga presentó ayer los uniformes del personal del metro de Málaga, que ha diseñado y fabricado Ekinsa, empresa especializada en el equipamiento institucional. Para su diseño se ha optado por la funcionalidad y comodidad, tomando como inspiración los colores corporativos del metro de Málaga, unidos a los colores de las banderas de Málaga y Andalucía.

NOVEDAD

Oficina de Atención al Ciudadano en El Perchel

► La estación de El Perchel, donde confluyen las líneas 1 y 2, contará con una Oficina de Atención al Ciudadano que tramitará todas las consultas y quejas sobre el funcionamiento del metro.

La oficina, que fue ayer visitada por la consejera de Fomento, Elena Cortés, y el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, está dotada de una máquina auto-venta de títulos de viaje que permite canjes de billetes en caso de deterioro del soporte, así como la confección de títulos personalizados.

Este servicio atenderá las consultas y quejas del usuario a través de otros canales, como la línea de teléfono 902 11 22 33, la dirección de correo electrónico (info@metro-malaga.es) y un formulario de la web www.metro-malaga.es, que se ofrece en castellano, inglés, alemán y ruso. La oficina tendrá un horario de lunes a viernes, de 8.00 a 20.00 horas, y los sábados de 8.00 a 15.00 horas.

tés, quien recordó que el metro «ha salido vivo de la crisis gracias al esfuerzo del Gobierno andaluz», adaptando el proyecto de 2003 «a la realidad de 2013 y haciéndolo viable».

El 30 de julio no supone el final de esta obra, sino el primer paso para empezar a sacar partido a una infraestructura que costará unos 800 millones de euros. Las líneas 1 y 2 que se abrirán al público suponen el 81% del trazado, pero quedan tres tramos fundamentales para su rentabilidad al asegu-

rar la llegada al Centro Histórico (por la Alameda) y al Hospital Civil (en superficie).

El objetivo de Fomento es que a finales de 2017 estén terminados y en servicio estos tramos, asegurando unos 21 millones de pasajeros anuales. Hasta entonces quedan tres años para queda e iniciar la construcción del túnel del metro hasta la Alameda y el trazado en superficie hasta el Civil.

Tramo hasta el Guadalmedina

La prioridad de la Consejería de Fomento, una vez inaugurada la primera fase del metro se desplaza al siguiente tramo, el que cubre las estaciones de El Perchel y Guadalmedina, con unos 715 metros de longitud y que se encuentra paralizado por la exigencia de la constructora de 15 millones de euros más.

Fuentes de la Consejería de Fomento señalaron que están estudiando todas las opciones, incluida la rescisión del contrato. No obstante, recalcaron que siguen con las negociaciones abiertas para buscar un acuerdo amistoso en los próximos días. En todo caso, la decisión «tiene que estar muy bien fundamentada jurídica y económicamente», destacaron en la Consejería de Fomento. Mientras tanto, las obras están prácticamente paradas y a falta de iniciar la construcción del metro en la avenida de Andalucía.

Este tramo, que se iba a construir en 18 meses, lleva seis años de obras. De hecho, Victoria Fernández, del estanco de la plaza de Albert Camus, se reunió ayer con la consejera para expresarle la grave situación económica que sufren por las obras y reclamarle una solución ante el riesgo de cierre de su negocio.

El metro que viene. El nuevo sistema de transporte aspira a revolucionar la forma de moverse en la ciudad. Para conocerlo un poco más, recopilamos las principales magnitudes que definen al metro de Málaga, que todavía tiene que crecer más con dos kilómetros de trazado en obras o en proyecto.

Doce kilómetros, 1,35 € y 800 millones de inversión

► El metro de Málaga es la obra de infraestructura más importante hecha en el casco urbano y a la que le quedan unos tres años y medio de obra

MIGUEL FERRARY MÁLAGA
► @miguelerrary

■ Calles levantadas durante ocho años, una lucha política sin descanso, retrasos, dilaciones y 800 millones de euros que terminarán bajo tierra en la construcción del metro de Málaga. Esta infraestructura es la más importante que se ha realizado en el casco urbano y la principal inversión de la Junta de Andalucía en toda la región. Sin embargo, pese a todo el esfuerzo dedicado a su puesta en marcha, el 30 de julio se abrirá el 81% del trazado y no precisamente la parte más importante.

El metro de Málaga es una obra a la que todavía le quedan tres años y medio de trabajo. Como poco. Es lo que la Consejería de Fomento calcula que se tardará en construir los dos kilómetros pendientes de trazado, que completarán a los 12 kilómetros ya terminado.

Una vez que todo esté listo, la configuración del metro adquirirá su imagen definitiva, con tiempos de paso y de viaje ya cerrados con el Hospital Civil, la Alameda, Andalucía Tech y el Palacio de Deportes Martín Carpena como extremos más alejados de la red y la estación de El Perchel, como gran estación central de intercambio de pasajeros.

Entre las principales magnitudes que moverá el metro destaca el número de pasajeros, que se prevé que crezca desde los tres millones previstos para 2014 hasta los 21 millones que se calculan para 2018 y todo el trazado terminado.

Para atender a este público, Metro Málaga ofrecerá servicios de transporte durante 119,5 horas a la semana, siendo los viernes y las vísperas de festivos cuando más horas seguidas en servicio, con 19 horas. La frecuencia de paso será de 7 minutos y 30 segundos en hora laboral y de 10 minutos por la noche y festivos.

El precio del billete sencillo será de 1,35 euros, aunque la tarjeta monedero, con cargas de hasta 20 euros, permite rebajar el coste del viaje a 82 céntimos. Los trasbordos desde los autobuses de la EMT permitirán reducir el coste del billete a 66 céntimos. Habrá rebajas para las familias numerosas.

Resumen del metro en cifras

PRINCIPALES DATOS DEL SUBURBANO

119,5 horas

Servicio de metro

► El metro estará en servicio una media de 119,5 horas a la semana, siendo los viernes y las vísperas de fiestas cuando más horas acumule, con 19. No obstante, Metro Málaga prevé aumentar el horario del servicio en fechas especiales, como la Semana Santa o la Feria.



10 minutos

Tiempo de paso en festivos

► El metro tardará en pasar 10 minutos por cada estación en los festivos y los laborables a partir de las 20.00 horas. La frecuencia habitual de lunes a viernes será de 7 minutos y 30 segundos.



12 kilómetros

Longitud de vía que se abre

► El 30 de julio se ponen en servicio unos 12 kilómetros de trazado entre las líneas 1 y 2 del metro. La más larga es la línea 1, que cuenta con 2,2 kilómetro de trazado en superficie y 4,7 kilómetros bajo tierra. La línea 2 tiene unos 4,6 kilómetros.



3 millones

Pasajeros previstos durante 2014

► Metro Málaga espera alcanzar los 3 millones de pasajeros en lo que queda de año con la apertura de las líneas 1 y 2. Para 2015 se espera alcanzar los cinco millones de pasajeros en un ejercicio completo con este trazado.

800 millones

Presupuesto de obra

► La construcción del metro de Málaga tendrá un coste aproximado de 800 millones de euros.



DESAYUNOS
DE REDACCIÓNSMART CITY: PALANCAS Y ESTRATEGIA
PARA EL DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN

● Es un reto conjugar la tecnología existente, la demanda real de los ciudadanos, la inversión pública y privada y el interés y modo de funcionamiento de las administraciones

La 'ciudad inteligente' mejorará la gestión pública y ahorrará costes

Ángel Recio MÁLAGA

Hace apenas un lustro las ciudades inteligentes (*smart cities*) sonaban a chino. Hoy en día no solo son un tema habitual de conversación y trabajo entre los profesionales a escala mundial sino que se estima que serán un elemento esencial para mejorar la gestión integral de las ciudades, tanto las grandes como las pequeñas, en un horizonte en el que será clave administrar mejor los recursos económicos públicos. Hay instituciones que están tirando del carro, pero precisan de la colaboración privada para ser más efectivos. Este diario ha reunido a varios expertos, en un desayuno organizado por Grupo Joly e Hidralia, para analizar en qué momento se encuentran las ciudades inteligentes y qué se puede

Expertos afirman que es necesario gestionar las ciudades de una forma horizontal

esperar a corto y medio plazo.

Uno de los retos es conjugar la tecnología existente, la demanda real de los ciudadanos, el interés y el modelo de funcionamiento de las Administraciones y la inversión. "Si no colocamos al ciudadano en el centro de todo y no se le aporta valor con servicios mejores y más baratos, solo estaremos haciendo ciudades tecnológicas pero no inteligentes. Ni siquiera listillas", destacó Antonio Quirós, director del área de Innovación y Nuevas Tecnologías del Ayuntamiento de Málaga, una ciudad que está siendo pionera a escala nacional en el desarrollo de *smart city* y que fue elegida en 2011 como la ciudad más inteligente de España.

Los ayuntamientos están gestionando sus respectivas áreas de forma vertical, independiente y, en muchos casos, inconexa. Por un lado va la política medioambiental, por otro la urbanística, la comercial... Una ciudad inteligente, en sí, tiene que *horizontalizar* esa gestión, es decir, "dejar de gestionar servicios aislados y hacerlo como un todo", comentó



El debate sobre ciudades inteligentes congregó a un destacado número de expertos en la materia.

REPORTAJE FOTOGRAFICO. JAVIER ALBIÑANA

Un fondo de 26 millones de euros para 'startups' tecnológicas

El director de Innovación de Negocio de Agbar, Fernando Rayón, presentó en el desayuno el fondo Vento (Venture Opportunities) que permitirá invertir 26 millones de euros en jóvenes empresas tecnológicas españolas. Este programa se enmarca dentro del Innvierte, que gestiona el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad. El Grupo Agbar aportará 15 millones de euros y CDTI se compromete a invertir 11,25 millones de euros en los próximos cinco años. Esta inversión, según explicó Rayón, va dirigida a empresas es-

pañolas con alto potencial de crecimiento dentro del sector del ciclo integral del agua, la energía, el medio ambiente y las ciudades inteligentes. El producto de las compañías que aspiren a estos fondos tiene que estar ya hecho, por lo que el compromiso de Vento es ayudar a lanzarlo al mercado y en su fase de negocio. Este fondo de capital riesgo invertirá entre 0,5 y 5 millones de euros por empresa mediante la toma de una participación minoritaria. Empezaron hace menos de un año y ya han analizado 150 *startups*. Se espera que en los próximos meses se realicen las primeras operaciones.

Fernando Rayón, director de Innovación de Negocio de Agbar. En su opinión, "es evidente que hasta que no atacemos el paro no seremos ciudades inteligentes, pero hay que ser eficientes y cumplir los dos objetivos".

El futuro es más que prometedora en este segmento. Mariano Barroso, presidente del cluster Andalucía Smart City, indicó que "Europa va a gastar ahora menos dinero en cemento y más en I+D". Habrá unos 80.000 millones de euros de fondos europeos y un buen pellizco va a caer en Andalucía. Desde el punto de vista empresarial, se abren los caminos. "Hay un nicho de mercado tan grande que todo se va a mover mucho. Cualquiera empresa puede dar un salto brutal si tiene una idea feliz, por lo que es una época muy interesante la que vamos a vivir", afirmó Pedro Pardo, directivo de la empresa Ihman.

Este ingeniero, que se vio "empujado" al mundo empresarial hace 12 años, es consciente del reguero de dificultades que ha supuesto la crisis, pero cree que también ha tenido sus elementos positivos y eso permitirá ser mejores. "La crisis ha arrasado pero ha sacado lo mejor de nosotros. Así activamos las neuronas y nos hace ser más competitivos", añadió.

La puesta en marcha del cluster, de reciente creación, va precisamente en la dirección de promover alianzas empresariales que impulsen a la región y reduzcan la tasa de paro. Barroso fue muy gráfico en este sentido. "En España hay crisis en todos sitios, pero hay regiones con un 17% de paro y otras como Andalucía con un 36%. Los andaluces también tenemos formación universitaria o infraestructuras. Lo que nos diferencia es que esas regiones tienen industria y nosotros no".

Las oportunidades saltan a la vista. José Luis Ruiz Espejo, delegado de la Junta de Andalucía en Málaga, incidió en el abanico que se abre en aspectos como la movilidad, la gestión de residuos, el abastecimiento de agua o luz, entre otras muchas. "En general, mejorar la calidad de vida y poner soluciones a problemas del futuro, por lo que creo que todas las ciudades van a aprovechar el conocimiento generado en otras", dijo. En la misma línea estaba Salvador Guerrero, responsable de desarrollo de negocio de Smart Cities de Wellness Telecom, una empresa con 20 personas dedicadas exclusivamente a esta área, quien defendió que el concepto de ciudad inteligente se puede dividir por sectores, de forina que una ciudad se especialice, por ejemplo, en la rama turística, otra en la sanitaria, otra en la cultural, etcétera. En cualquier caso, sí precisó que "las ciudades no son inteligentes en su creación sino que las adaptamos y eso conlleva una responsabilidad". De hecho, indicó que, aunque hay una gran oportunidad, se puede "ir de las manos" porque hay una proliferación de aplicaciones.

Las empresas están apostando. Javier Segovia, director general de Hidralia, subrayó que "estamos todos de acuerdo en que es un tema a desarrollar y hay fondos disponibles para invertir". Pero hay que casar ese interés empresarial con el

Se abren grandes oportunidades para las empresas en movilidad, residuos, agua o luz

de las administraciones y, sobre todo, con el de los funcionarios. Mario Cortés, concejal de Innovación y Nuevas Tecnologías del Ayuntamiento de Málaga, reconoce que "hay que tener voluntad de hacer cosas. No es un problema tecnológico sino organizativo puro y duro. Las fábricas lo tienen todo automatizado desde hace 20 años y si no se ha hecho antes en las ciudades es porque se dice que siempre se ha hecho así y que para qué se va a cambiar. Tener una ciudad inteligente requiere un cambio de mentalidad y un liderazgo fuerte por parte del alcalde".

En el caso de Málaga, por ejemplo, el Consistorio se está ahorrando 2 millones de euros al año simplemente cambiando la potencia de las bombillas y controlando las cabeceras de las farolas, permitiendo así regular la luz en función de la hora. "Y aún no le hemos metido mano a los edificios públicos", subrayó Cortés. La crisis ha llevado la austeridad a los ayuntamientos y a un control absoluto de los gastos y las ciudades inteligentes jugarán un papel destacado en esta coyuntura.

 **Javier Segovia**
Director general Hidralia



"Hay fondos y capital privado disponibles para invertir en ciudades inteligentes"

 **Mariano Barroso**
Pte. Cluster And. Smart City



"Europa va a gastar ahora menos dinero en cemento y más en innovación"

 **Pedro Pardo**
Directivo IHMAN



"La crisis ha arrasado pero saca lo mejor de nosotros. Así activamos las neuronas"

 **Mario Cortés**
Concejal Innovación Málaga



"Ahorrarnos 2 millones al año solo por regular bombillas sin entrar aún en los edificios públicos"



Mariano Barroso, en un momento de la conversación, junto a Javier Segovia y Pedro Pardo.

Ver plazas libres en los parkings o la llegada del autobús

Ser una smart city no es algo de ciencia ficción. De hecho, ya se pueden ver a diario en los aparcamientos públicos sistemas que avisan del número y ubicación de plazas libres e incluso se ofrece esta información desde el exterior; hay paradas de autobús donde se advierte del tiempo de espera del vehículo; farolas inteligentes que se regulan en función de la hora; o métodos innovadores de pago a través del móvil. No obstante, los expertos creen que "no se ha sabido comunicar bien al ciudadano", que empieza a ver esos servicios como algo cotidiano y eso puede ser un avance.

 **Salvador Guerrero**
Directivo Wellness Telecom



"Hay tantas 'apps' que habrá otra que las recoja a todas. Se está yendo de las manos"

 **Fernando Rayón**
Dtor. Innovación Negocio Agbar



"Las ciudades van a pasar de gestionar servicios aislados a hacerlo como un todo"

 **Antonio Quirós**
Dtor. Innovación Málaga



"Tendremos ciudades tecnológicas, pero no inteligentes, si no se aporta valor al habitante"

 **José Luis Ruiz Espejo**
Del. Gobierno Junta en Málaga



"Todas las ciudades van a aprovechar el conocimiento que se genere en otras"

La primera fase del puerto seco se iniciará antes del verano de 2015 en Antequera

► El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía tiene previsto dar luz verde a la declaración de Interés Autonómico en el último trimestre de 2014 ► La plataforma logística de la Ciudad del Torcal esta proyectada desde hace ocho años

ROCÍO LUQUE ANTEQUERA
► @rocioluque

El proyecto del puerto seco de Antequera parece que ya vislumbra la luz al final del túnel. Tras casi ocho años de trámites, la plataforma logística que se quiere instalar en el centro geográfico de Andalucía aún está a la espera de los últimos informes de la Junta de Andalucía, que prevé que en el último trimestre del año queden solventados. Así, después de fijar varias fechas en el calendario, la primera piedra se pondrá después del verano de 2015.

Así lo ha dado a conocer a La Opinión de Málaga el gerente del Puerto Seco de Antequera, Saúl Minguela, quien detalló que el proyecto supondrá la creación de empleo directo e indirecto además de «dotar a Antequera de uno de los centros logísticos más grande de España».

«Estamos pendientes de la aprobación del proyecto de actuación, para más tarde desarrollar el proyecto de urbanización» informó Minguela, quien se mostró comprensivo por la tardanza de los trámites por parte de la Junta: «Es un proyecto grande y, la verdad, los trámites son complicados».

El delegado de Fomento de la Junta de Andalucía en Málaga, Manuel García Peláez, por su parte, concretó que durante este mes de julio la Consejería de Fomento ultimaré los informes relacionados con Ordenación del Territorio y Medio Ambiente, con el fin de que el Consejo de Gobierno proceda a la aprobación de la declaración de Interés Autonómico en el último trimestre de este año.

Peléez incidió en que el retraso en los trámites finales se debe a la apertura del proceso de alegaciones, tras la exposición pública del proyecto, que ha permitido a los afectados, entre ellos el Consistorio antequerano, proponer modificaciones del proyecto inicial, que «sufrirá variaciones al respecto en Ordenación del Territorio y Medio Ambiente».

Asimismo, será tramitado de forma paralela el Plan Especial de Interés Supramunicipal y el Proyecto de Urbanización, lo que supone la última fase de la planificación del puerto seco de Antequera, según el delegado de Fomento.

«Una vez terminada la planificación se podrá empezar con la puesta en funcionamiento del puerto y el proyecto de urbanización delimitará dónde y cómo estará edificado», explicó.

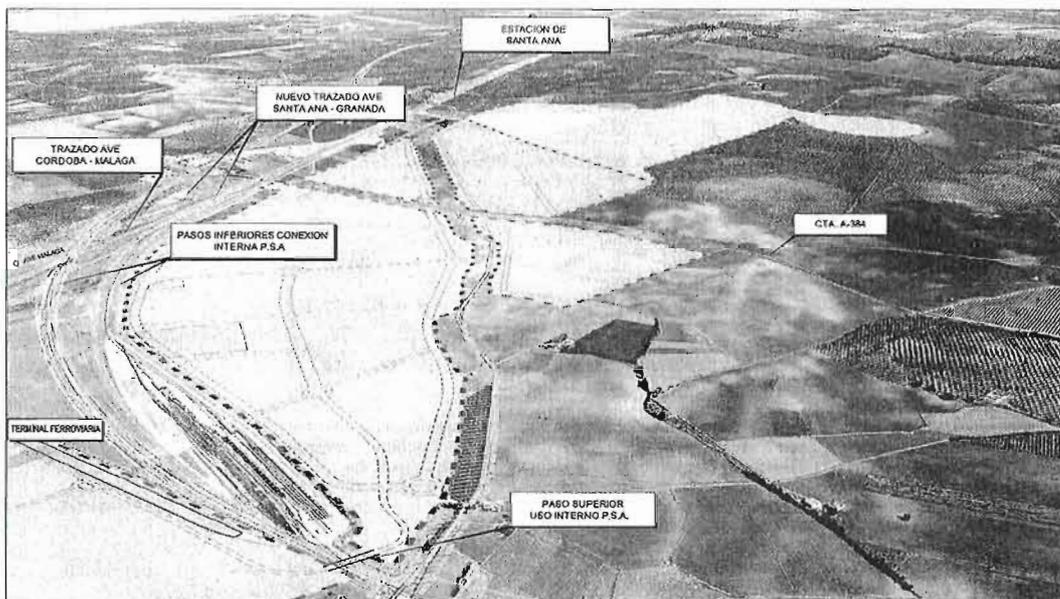


Imagen del proyecto de la primera fase del puerto seco de Antequera. L.O.

El alcalde de Antequera, Manuel Barón, exigió a la Agencia Pública de Puertos que autorice el Puerto Seco

De otro lado, Peláez solicitó al Gobierno central la «urgente» necesidad de terminar la línea entre Algeciras-Bobadilla que «es necesaria para que el puerto seco de Antequera tenga mayor influencia».

El responsable de Fomento en la provincia de Málaga lamentó que Andalucía no estuviera incluida en el corredor Atlántico, lo que también afecta al puerto seco de Antequera. «Es necesario que An-

tequera esté conectada con todos los ejes ferroviarios» recalcó Peláez.

Por otro lado, el alcalde de Antequera, Manuel Barón (PP) exigió esta semana a la Agencia Pública de Puertos de Andalucía que autorice el proyecto del puerto seco de Antequera «de manera inmediata, como punto neurálgico del desarrollo ferroviario del nodo de Antequera».

En este sentido, el regidor puso en entredicho las excusas de la institución andaluza y volvió a criticar la renuncia, por parte de la Administración autonómica, de los 280 millones de euros de financiación europea del Corredor Mediterráneo en la configuración del tramo Sevilla-Bobadilla.

PLATAFORMA LOGÍSTICA

Unos 100 millones de euros de inversión

► El proyecto público-privado del puerto seco de Antequera está ideado desde el año 2005, con el objeto de convertir la ciudad en un nodo de unión con todos los puertos marítimos de Andalucía, destacando principalmente la conexión con el puerto de Algeciras. En 2009, empresarios interesados en desarrollar el proyecto firmaron un convenio con la Junta de Andalucía. La primera fase del Puerto Seco de Antequera se emplazará en una super-

ficie de 900.00 metros cuadrados, en la que se construirá una terminal ferroviaria. El tiempo estimado de las obras de la primera fase ronda los 18 meses, según informa el gerente del puerto seco de Antequera. Se trata de un proyecto liderado por la compañía Acotral, como accionista mayoritaria (60 por ciento del capital), que supondrá una inversión total de unos 100 millones de euros, destinados a la urbanización del puerto logístico ferroviario del centro de Andalucía, en una superficie de casi tres millones y medio de metros cuadrados.

ROCÍO LUQUE ANTEQUERA

Descontento del sector empresarial y comercial

Los colectivos se pronuncian en contra del retraso de la Junta para poner en marcha el puerto seco de Antequera

ROCÍO LUQUE ANTEQUERA

Representantes del mundo empresarial, comercial e industrial de la Ciudad del Torcal no ocultan su descontento por el hecho de que el puerto seco de Antequera

no haya estado terminado «mucho antes».

Es el sentir del presidente de la Comunidad de Propietarios del Polígono Industrial de Antequera, Antonio Carmona, quien resaltó la «incomprensión» con la Junta de Andalucía por «poner tantos impedimentos» para colocar la primera piedra del puerto seco.

«Si el retraso es cosa de la Junta esto sería de vergüenza; el puerto seco debería de haberse acelerado más, debería haberse pue-

to en marcha antes porque todos necesitamos que haya empleo», recalcó Carmona.

Por su parte, Esther Granados, la presidenta de la Asociación de Comercio e Industria de Antequera (ACIA), señaló que «no tiene lógica ni tiene sentido que haya estado parado tanto tiempo, que hayan tardado tanto en poner en marcha el puerto seco; la Junta de Andalucía no le ha dado al proyecto el impulso que le tenía que dar».

«Es un proyecto que se veía desde todos los puntos con criterios favorables y que sería el pistoletazo de salida para la dinamización de Antequera y su comarca», opinó Granados.

Por su parte, para Jorge Alegre, presidente del Centro de Iniciativas Turísticas de Antequera (CIT), la importancia del puerto seco es fundamental y por ello mostró su deseo de que «no se trate de otra obra pública colgada en mitad de la nada».



Terraza del hotel Bahía Málaga, en el Soho, uno de los hoteles de ciudad que responden al nuevo perfil urbano de turistas. :: CARLOS MORET

Los 'hostel' y los tres estrellas se imponen en el modelo de turismo urbano de Málaga

Se han triplicado en una década a base de tener ubicaciones privilegiadas, sacar partido a experiencias y suplir con calidad la falta de servicios



PILAR MARTÍNEZ

pmartinez@diariosur.es

MÁLAGA. Turistas que pasan pocas horas en un hotel. Que recalcan en la capital de la Costa del Sol con ganas de descubrir todos los rincones de la ciudad, visitar sus museos o recorrer su historia a través de La Alcazaba, Gibralfaro o el Teatro Romano, y que encuentran en la oferta gastronómica local otra de las motivaciones del viaje. Adaptados a este perfil del viajero de este siglo, el nuevo formato de alojamiento 'hostel' y los tres estrellas se imponen en el modelo de turismo urbano de Málaga. Las cifras hablan por sí solas. En la última década, los hoteles de tres estrellas casi se han triplicado en número de establecimientos y de plazas hasta sumar en la actualidad 2.020 las 21 instalaciones que compiten en esta categoría, según el área de Turismo de Málaga. Con esta misma fuerza toma posiciones el nuevo concepto de alojamiento que pita en las ciudades y que ha pasado de ser la opción elegida por los mochileros para ser la alternativa que buscan quienes quieren disfrutar de calidad al mejor precio, prescindiendo de servicios básicos como el restaurante típico del hotel.

En este caso, los datos del Registro de Turismo de Andalucía contabilizan nueve proyectos hoteleros pen-

dientes por ejecutar o en proceso de construcción en la capital de la Costa del Sol, de los que solo dos lucirán cuatro estrellas. El resto responden a cuatro pensiones, dos hostales y un hotel de dos estrellas. Todos ellos forman parte de una nueva generación de alojamientos que responden a la nueva demanda y que se alejan del concepto de negocios de poca calidad.

Nuevas modas

En este sentido, explican los expertos que tras estas pensiones y hostales están los establecimientos bautizados como 'hostel', en los que pri-

ma un precio bajo, en instalaciones muy básicas pero no por ello exentas de calidad en las prestaciones

En este nuevo modelo basta reseñar, que aunque Málaga es una ciudad con una mayoría de plazas de cuatro estrellas, la suma de los de menor categoría les va a la zaga. Así la oferta hotelera de la ciudad se conforma, según el Registro de Turismo de Andalucía, con 7.846 plazas, de las que 4.132 son de cuatro estrellas. Los del siguiente escalafón, con tres, copan el 26% de la oferta, y compiten con fuerza con los aavales de unas ubicaciones privilegiadas, de los que una docena se localizan en las calles más céntricas de la ciudad lo que les permite diseñar experiencias con las que hacerse un hueco entre viajeros urbanos que en los hoteles buscan un 'plus' que en la mayoría de las ocasiones nada tiene que ver con contar con más metros de habitación o de baño.

Además, la capital dispone de 1.884 plazas en 63 pensiones y hostales. Unas cifras que constatan que esta oferta se ha multiplicado por casi seis en los diez últimos años.

En torno a esta demanda, los que como el Tribuna Málaga se ubican frente a la conocida 'tribuna de los pobres' sacan partido a la Semana Santa, o el caso del Bahía Málaga, situado en el Soho, que acaba de estrenar una terraza que quiere mantener abierta todo el año como reclamo para

el conjunto de la ciudad y como ese 'valor añadido' con el que distingue del resto de la oferta de su categoría. El director de este hotel, Francisco José Serrano, elevó a unos 350.000 la inversión realizada en un proyecto con el que espera conquistar a sus huéspedes y a los malagueños desde las doce de la mañana con cafés y té para pasar después a las tapas y cerrar la jornada con «copas con vistas al Soho», dijo.

El diseño se convierte en otro reclamo que emerge con éxito. Los hoteles 'boutiques', caracterizados por ser coquetos, también cuentan con referencias claras entre los tres estrellas de la ciudad. Es el caso de El Pintor o de la Villa Guadalupe. A ellos se suman clásicos como el Venecia, Los Naranjos o Las Vegas, estos últimos que abanderan el giro de este destino para añadirle al segmento urbano el de sol y playa.

La oferta de tres estrellas suma 2.020 plazas, que suponen el 26% del total, según el Registro de Turismo

ALOJAMIENTOS

► **Hoteles.** Dispone de 7.846 plazas hoteleras, de las que 4.132 son de cuatro estrellas y 2.020, de tres.

► **Hostales y pensiones.** La oferta de la capital suma 1.884 plazas en 63 establecimientos, superando el volumen de hoteles y camas de hoteles de dos estrellas.

► **Evolución.** La oferta de tres estrellas se triplica y la de pensiones y hostales se multiplica por seis.

Proyectos 'premium' de nueva generación

Las propuestas de alojamiento que están por venir en la capital se sitúan en el nivel 'premium' de diferentes categorías. Así, a la puesta en marcha del Gran Hotel Miramar, que aportará el primer cinco estrellas gran lujo en 2017, será en la manzana de la calle Al-

cazabilla, junto al cine Albéniz, donde la empresa malagueña Alcazaba Premium Hostel abrirá a finales de año o principios del próximo un establecimiento singular. Con solo 24 habitaciones y basado en el concepto de 'hostel' o albergue turístico, pero con un interior de diseño, contará con el elemento diferenciador de disponer de tres restaurantes y una terraza con una coctelería.

Juan García, el malagueño que alcanzó el título de 'Mister Mun-

do' en 2007, y uno de los tres socios de la empresa que promueve el proyecto, aseguró: «Hemos viajado mucho por el mundo y hemos visto muchos hoteles. Queremos aportar a la oferta turística de la ciudad un producto de primera calidad pero a un precio 'low cost'». Junto a él, el jugador de baloncesto Carlos Cabezas y el 'Mister España' 2008 José Manuel Montalvo, sumarán a la ciudad una nueva alternativa de alojamiento ajustada a las modas.



Aumenta casi un 30% el tráfico de mercancías en el Puerto de Málaga

:: SUR

MÁLAGA. La red de puertos públicos ha gestionado un total de 56,9 millones de toneladas de mercancía durante los cinco primeros meses del año, lo que supone un incremento del 7,16 por ciento respecto al mismo periodo de 2013, según ha informado Puertos del Estado. Concretamente, el puerto de Málaga ha tenido un 27,29 por ciento más de tráfico con 1,06 millones de toneladas de mercancías. El puerto de Algeciras por su parte destaca con un aumento del 13,27 por ciento y 40,8 millones de toneladas transportadas.

El resto de puertos públicos andaluces han registrado una bajada. Así, el de Almería ha descendido un 4,73 por ciento hasta las 1,8 millones de toneladas; el de Cádiz, un -15,94 por ciento (1,3 millones de toneladas), Huelva, un -7,95 por ciento (9,2 millones de toneladas); el puerto de Motril (Granada), un -1,23 por ciento (hasta las 800.556), y el de Sevilla, un -2,80 por ciento (1,7 millones de toneladas).

A nivel nacional

A nivel nacional, la red de puertos públicos gestionó un total de 193,97 millones de toneladas de mercancía durante los cinco primeros meses del año, lo que supone un incremento del 3,8 por ciento respecto al mismo periodo de 2013, según informó Puertos del Estado.

El aumento estuvo impulsado por el incremento del 9,6 por ciento que se anotó la mercancía de graneles sólidos y, en menor medida, la de graneles líquidos, que avanzó un 3,2 por ciento.

En cuanto al tráfico de contenedores, Puertos del Estado destacó que mantiene su ritmo de crecimiento, dado que en los cinco meses se movieron 5,8 millones de contenedores TEUs, un 2,6 por ciento más. También progresó el tráfico 'ro-ro', que se consolida como complemento al transporte de carga por carretera. Canalizó 19,8 millones de mercancías, un 7,1 por ciento más.

«España es ahora un objeto de deseo, pero si no damos facilidades la inversión se va»

ENTREVISTA

Ricardo Arranz
Pte. urbanizadores andaluces

► El dueño del hotel de Marbella donde se hospedó la familia Obama pide a la Administración «acabar con los complejos» y saber adecuarse al mercado

FERNANDO DEL VALLE
MÁLAGA

—¿Percibe la recuperación del mercado inmobiliario que ya apuntan muchos informes?

—De ser un país denostado, de un año a esta parte nos hemos convertido en objeto de deseo. En especial Madrid y en segundo lugar de toda España, Marbella, que puede empezar a andar sus 10 años más gloriosos. Todos los días mantengo reuniones con cinco o seis fondos de inversión. Pero cuidado: como no les demos facilidades, y rapidito, se van.

—¿Qué buscan estos inversores?

—Proyectos nuevos. No es el stock que aún les queda a los bancos. Alguien con posibles no se compra un coche de hace diez años con la tapicería cuarteada. Pero hay que preguntarse si estamos verdaderamente preparados para cumplir sus expectativas. El fondo que no invierta aquí ahora lo hará en otro sitio y perderemos riqueza y puestos de trabajo.

—¿Qué hay que hacer para que no se vayan?

—Darles agilidad urbanística y seguridad jurídica. Y facilidades fiscales. Sería tan fácil como copiar lo que se está haciendo en nuestro entorno. En Inglaterra, pero también aquí al lado, en Portugal. No podemos continuar con esta maraña absurda de leyes urbanísticas. No podemos maltratar al inversor.

—Se cree la apuesta por la construcción entonada por la presidenta? Usted participa en la Mesa de la Construcción Sostenible.

—Susana Díaz ha sido la primera presidenta de Andalucía que sin complejos ha dicho que la construcción y el turismo residencial son la maquinaria más importante que tiene esta tierra para crear empleo.

—La primera fase del plan se ha ido en cambiar ventanas...

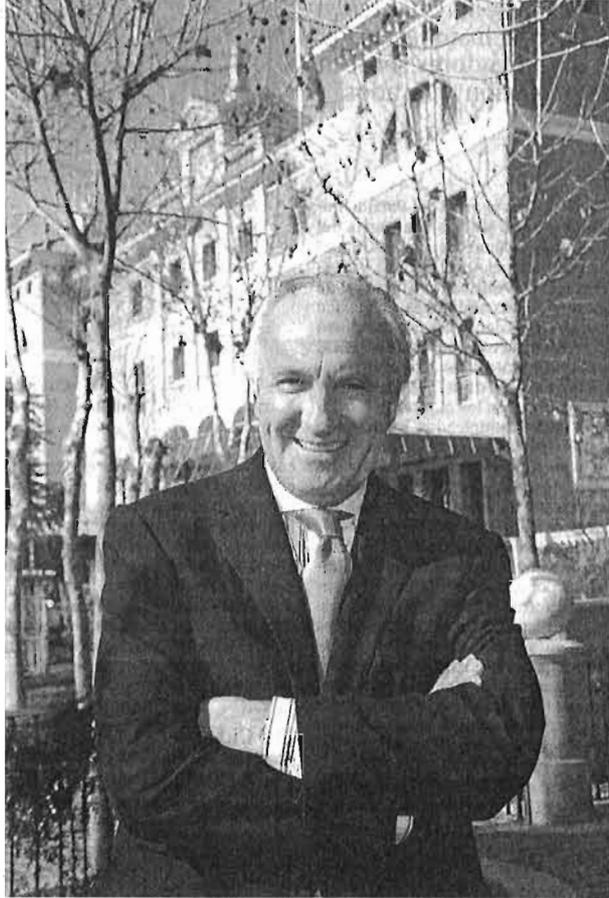
—Sí, pero es sólo una fórmula para regenerar el parque de viviendas andaluz. En la Costa ya estamos haciendo vivienda nueva; no así en el interior. Así que está bien que con fondos europeos demos oxígeno y ocupemos al parado con menor posibilidades de inserción.

—¿Cuál debería ser el siguiente paso?

—La Mesa debería ser un instrumen-

«Nos falta orgullo español y astucia para vender»

Al presidente de los promotores también le escuece la actitud de muchos empresarios. Firme defensor de crear marcas de prestigio, está convencido de que en España no sabemos vender nuestro producto. «Si una maravilla como Jerez la cogen los italianos la convierten en otra Florencia. Y qué no decir de Sierra Nevada. Pero aquí, como todo se vendía, nos hemos conformado con despachar pan», afirma. Y se duele de la falta de orgullo por lo español, usando una vez más a Italia como ejemplo. «En cualquier marca de lujo italiana ves bien grande el made in Italy. Yo he tenido que quitar una bandera de España de mi inmobiliaria en Puerto Banús porque molestaba a los vecinos».



Arranz, delante del hotel Villapadierna, de su propiedad

FRANCIS SILVA

to para limar toda esa maraña legal y absurda, que es la que ha permitido la corrupción. Que se hiciera eco de los problemas urbanísticos que tiene An-



Fiscalidad

«Comprar en España cuesta ahora un 30% más que en Portugal. Y morir en Andalucía es muy caro»

Turismo de golf

«Aquí caben más campos. Son generación de empleo y riqueza. Los Obama vinieron por el golf»

dalucía, múltiples y desordenados. Hacer un plan general tiene a los ayuntamientos 20 años parados. No es de recibo tanta rigidez en las normas. La falta de valentía de funcionarios y políticos. ¿Por qué no podemos soñar con piscinas de agua caliente en la playa, para el invierno? Competiríamos con Canarias. ¿O con más pantalanes, para fomentar la industria náutica? ¿Por qué en Sierra Nevada, con sentido común, no pueden hacerse nuevas pistas de nieve artificial, como en los Dolomitas?

—¿Sigue demonizado el ladrillo?

—En la comisión en la que participo en la Mesa se habla de «eliminar la especulación de la construcción». ¿De qué estamos hablando? Si yo espero dos meses para comprarme un coche porque va a salir un nuevo plan PIVE, ¿estoy especulando? «Especulación» es como «imputado», una condena previa. Gestionar expectativas en el mercado, en cualquier sector, no es malo,

es una obligación para cualquiera.

—¿No caben, como sostiene Turismo, más campos de golf en Andalucía?

—Todo lo contrario. Aquí apenas estamos empezando. Tenemos un centenar de campos, cuando California, en donde se supone que deberíamos mirarnos, supera los 3.000. El golf es generación de riqueza y empleo. Los Obama vinieron por el golf. Y permite a muchos hoteles no cerrar en invierno, tanto que hablan de estacionalidad. Acabemos con los complejos.

—Tampoco tienen suerte con el Gobierno. La reforma fiscal no ha eliminado las trabas que proponía el «informe Lagares» para atraer inversión foránea.

—Es lo único que había pedido Andalucía y con un ministro de Jaén queda en agua de borrajas. No somos capaces de proteger al inversor. Comprar en España cuesta ahora mismo un 30% más que en Portugal. Y no olvidemos lo caro que es morir en Andalucía.



Varios alumnos realizan prácticas en el CIOMijas. I. O.

La gestora de CIOMijas inicia un ERTE sobre el 75% de la plantilla de formación

► Los trabajadores critican que la gestora pida resolver el contrato de gestión ► La gestora exige al consorcio la subrogación de la plantilla

A. GONZÁLEZ MIJAS
► @Alexgonsan

■ La empresa gestora del Centro de Industrias del Ocio de Mijas (CIOMijas) anunció ayer a los trabajadores el inicio de un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) que afectará al 75% de la plantilla del área de formación.

La plantilla de CIOMijas esta compuesta por 50 trabajadores, de los cuales 20 pertenecen al área de formación, y 30 al área de hostelería, que trabajan en el hotel y el res-

taurante adscritos al centro, donde los alumnos hacen prácticas.

El ERTE afectaría completamente a 10 de los 20 trabajadores del área de formación, que se quedan sin empleo hasta el 31 de octubre, y a otros cinco, a los que se reduce la jornada laboral a 35 horas.

La plantilla, por unanimidad, ha rechazado el ERTE «porque un expediente de este tipo es para superar un mal momento económico pero, al mismo tiempo, la empresa ha solicitado la extinción del contrato de gestión del centro, lo

cual no tiene sentido».

La directora de CIOMijas, Mariola Ustarán, explicó ayer a este diario que precisamente han planteado un ERTE porque esperan que la situación se resuelva antes del 31 de octubre. Además, según Ustarán, le han escrito al consorcio recordándole que tiene la obligación de subrogar a toda la plantilla; por eso han hecho un ERTE en vez de un ERE, para que la plantilla pueda conservar su puesto de trabajo «independientemente de que nosotros sigamos gestionando el cen-

EDUCACIÓN

Nuevo modelo de financiación

► La Consejería de Educación de la Junta de Andalucía, insiste en que la administración de los fondos europeos de formación se rige bajo el principio de no exoneración por el cual impide conceder una nueva subvención a cualquier entidad hasta que no justifique el 100% del dinero anteriormente recibido. En su última comparecencia, el consejero de Educación, Luciano Alonso, manifestó que están estudiando un nuevo modelo de escuela de hostelería que no dependa única y exclusivamente de las subvenciones, un nuevo modelo que permita garantizar la sostenibilidad de este tipo de centros de formación. A. G. MIJAS

tro o no», dijo Ustarán.

Según la directora de CIOMijas, la Junta de Andalucía les debe un millón de euros y aún no ha emitido una resolución que les autorice a seguir impartiendo cursos de formación, razones por la cual han paralizado la convocatoria de cualquier nuevo curso y han pedido la resolución del contrato.

El cambio de criterio en la facturación y la exigencia del abono del canon de explotación, sin compensar los gastos de inversión en equipamiento sufragados por la gestora al inicio de la actividad, subyacen en el trasfondo del conflicto. «No podemos seguir sufragando el coste de la formación por nuestra cuenta. Necesitamos un interlocutor para reconducir la situación», insistió Ustarán.

Mientras tanto, los últimos 80 jóvenes hacen prácticas de gestión hotelera en el CIOMijas y, según Ustarán, el consorcio asegura que podrán completar su formación en empresas externas y recibirán su diploma de formación aunque el conflicto no se haya resuelto en septiembre, en que deben culminar sus estudios.

LA CASONA DEL PARQUE

PILAR R. QUIRÓS
pquirros@diariosur.es

Gámez, en el mundo empresarial

La portavoz socialista prosigue su particular 'precampaña' visitando firmas del sector empresarial de la ciudad. Las polémicas jardineras de Alberto Serón

La portavoz socialista, María Gámez, prosigue su periplo de precampaña que ya empezará hace más de un año con el ánimo de ir llegando a toda la ciudad. «Es que a los ciudadanos hay que acercarse ahora, luego ya el periodo preelectoral tiene otros tintes, por eso ahora es el momento», afirma decidida.

De ahí que, una vez visitados distritos y barrios, ahora se dispone a hacer un ciclo completo por los sectores empresariales. Y su primera visita, un gesto, es a la empresa medio ambiental Emma, donde quiere conocer de primera mano cómo reciclan y qué materiales seleccionan para su reutilización.

El lugar: polígono Guadalhorce, donde espera su gerente, Rafael García. La presentación de Gámez es meridiana: «Queremos conocer vuestro trabajo, vuestros problemas y ver en qué podemos ayudaros, primero desde la oposición y luego gobernando el Ayuntamiento», dice sin hacer respingos, con naturalidad.

Anteriormente, esta firma tenía su sede en la avenida de los Guindos, pero los 500 metros cuadrados se quedaron cortos. Ahora disponen de 5.200, donde realizan labores un total de 16 empleados, la pregunta del millón cuando se llega a una empresa. Gámez recuerda su trabajo como delegada de Innovación y sus contactos este sector y pregunta si los planes Renove de electrodomésticos de la Junta han sido efectivos. «Claro que sí, aparte de ser mucho más eficientes para el medio ambiente y llegarnos más material, son un buen revulsivo para el sector en sí», contesta García,



Gámez con las trabajadoras Ana I. Robles y María del Mar Sánchez. P. R. Q.



Polémicas jardineras de la plaza de Camas

que considera que deberían de seguir funcionando.

Visita a la administración y varias salas de se-

lección de materiales. Llama poderosamente la atención el porcentaje de mujeres que trabajan en Emma, incluso varias operarias en la parte más dura de la cadena como es el despiece de los grandes electrodomésticos, que se hace de forma manual. Dos chicas que recuperan el acero inoxidable y el cobre de un lavavajillas le explican a Gámez que están contentas con su trabajo. De los primeros en sus vidas. Tanto María del Mar Sánchez como Ana Isabel Robles proceden de un programa de inserción, Boreal, del Imfe, y junto a tres compañeros más han conseguido un contrato. «¿Son interesantes los programas? ¿Están bien enfocados?», pregunta Gámez. «Sí, vienen varios alumnos y seleccionamos a los que están más implicados y tienen más ganas de trabajar en este sector, y lo cierto es que nos va bien», explica García. La última planta llena de ordenadores, vitro-

cerámicas y pantallas de televisión dan una muestra de la civilización devoradora de servicios en la que vivimos. Muchos aparatos que aún funcionan fueron desechados por otros mejores. Toneladas de pilas, motosierras falsificadas, antiguos lectores de la EMT, miles de placas electrónicas, decenas de routers, disquetes... montañas ordenadas de basura digital.

Urbanismo LAS JÁRDINERAS DE ALBERTO SERÓN

En los pasillos de Urbanismo se estilan las 'dagas florentinas', y es donde se saldan cuentas, ya que los altos funcionarios de la Gerencia no son capaces de decir lo que piensan de uno u otro proyecto. Digamos que para salir en la foto hay que estar quieto, callado o quitado de enmedio. La semana pasada trascendía a babor y estribor, como no podía ser de otra manera, el pastiche de la plaza de Camas, que al parecer tiene firma. Uno de los funcionarios encargados del proyecto, Alberto Serón, se daba ya por cesado en el cargo, aunque finalmente el gerente de la Gerencia; José

Cardador, lo desmintiera a este periódico. El caso es que se le critica sobremedida a Serón el mal gusto de la plaza en sí, pero sobre todo de las jardineras 'con patas', al estilo de las de la avenida de Andalucía desfasadas de los años 80, pero con nuevos elementos añadidos. Curiosamente, Serón también fue el que eligió las polémicas jardineras de la plaza de la Merced, que tanto disgustaron al propio alcalde Francisco de la Torre, y que también generaron una gran polémica.

Llama la atención que el director de la cuidada remodelación del Parque de Málaga haya elegido estos contenedores para plantas, cuya estética es muy discutible. Y lo más lamentable es que ninguno de sus muchos compañeros haya sido capaz de asesorarle antes de comprar las jardineras, lo que demuestra una vez más que el trabajo en equipo en Urbanismo brilla por su ausencia. A más de uno le vendría bien un pequeño paso por la empresa privada para cambiar mentalidad y conceptos. El 'yo me lo guiso, yo me lo como' huele a rancio y está francamente desfasado. A las pruebas les remito.

Hemera calienta su negocio de placas solares en el exterior

La firma del PTA cierra ventas en Brasil, Marruecos, Israel, Portugal, Colombia y Grecia

TECNOLOGÍA

EUGENIO CABEZAS



✉ economia@diariosur.es

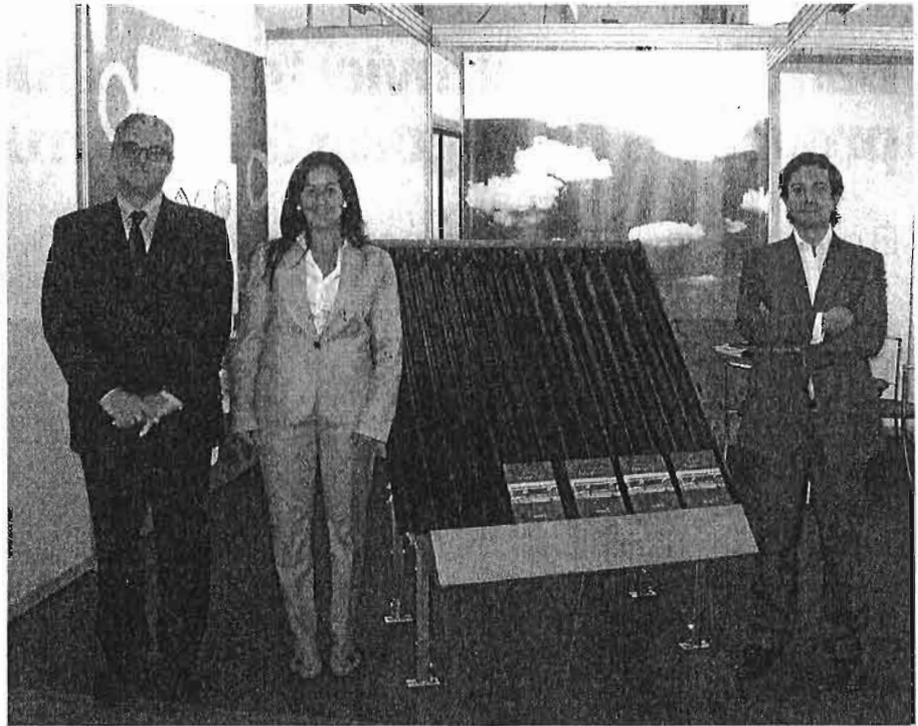
MÁLAGA. El sudor no es más que la reacción del organismo al aumento de la temperatura corporal. Partiendo de este principio biológico, el ingeniero José María Martínez Galán diseñó un sistema pionero de refrigeración de edificios. De esta idea nació en 2003 Hemera Heating&Cooling, S.L., con sede en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) de Málaga y una de las compañías más punteras del mercado en refrigeración de inmuebles, con sistemas energéticamente eficientes, cuya tecnología patentada permite un ahorro de hasta un 55% en la factura de luz.

Después de una trayectoria

de éxito en España, en los dos últimos años han conseguido posicionarse en el extranjero con contratos de instalación en Brasil, Marruecos, Portugal, Israel, Colombia y Grecia. «Para nosotros es fundamental la salida al exterior en la estrategia de crecimiento. Hemos firmado ya acuerdos de distribución comercial en estos seis países, y exportado nuestra tecnología 'AdvamSol' en varias ocasiones», explica Nelson Tavares, director de expansión internacional de la empresa.

El conocimiento del mercado portugués, debido a que el socio capitalista de Hemera, Quifel Holding, procede del país vecino, unido a su mayor accesibilidad y a la posibilidad de abarcarlo con unas inversiones razonables, supusieron para la compañía «un escenario perfecto» para que el territorio luso fuese el escenario piloto «ideal» para experimentar sus primeros pasos en el exterior.

Estos proyectos en el extranjero han permitido a la firma malagueña elevar su facturación hasta los 600.000 euros, cien mil más que en 2011. Pero los planes de expansión internacional de la empresa Hemera Heating&Cooling, S.L. no se quedan ahí. «Buscamos países con una gran radiación solar y bajos índices de humedad relativa», sostiene Tavares. A medio plazo, se



Pérez, Rodríguez y Márques Dos Santos, en una feria celebrada en Milán. :: SUR

han fijado el objetivo de abarcar los cinco continentes, con incursiones comerciales en Turquía, Arabia Saudí, Egipto, Marruecos, Francia, Italia, EE UU, México y Brasil, para en una fase posterior abordar los mercados de Australia, China e India.

Para consolidar este salto

La empresa ha patentado un sistema que ofrece calor en invierno y frío en verano con un ahorro de hasta el 55% en la factura eléctrica

al exterior, los responsables de la firma están acudiendo desde hace varios años a ferias internacionales del sector de la climatización eficiente. Así, han estado ya en dos ocasiones en la 'Mostra Convegno Expocomfort' de Milán, en marzo de 2012 y marzo de 2014, donde los sistemas «despertaron un

gran interés en la mayoría de los visitantes profesionales», apunta Tavares. «Es una de las ferias de climatización más importantes del mundo, con más de 155.000 visitantes, de 136 países, y 2.122 expositores», detalla el director de expansión de Hemera, quien dice que no existen en el mercado productos similares.

La tecnología de Hemera emplea cubiertas de plástico diseñadas y registradas, con las que es posible conseguir dotar a todo un inmueble de un sistema de climatización eficiente, tanto para el invierno, con calor, como para el verano, con frío. El secreto del éxito está en el aprovechamiento de la «sudoración» de la cubierta del edificio por medio de un sistema de bombas de agua, que permite optimizar el gasto energético. «Es algo parecido al efecto de frescor que se produce cuando entras en una catedral», aclara.

LA EMPRESA

► Nombre. Hemera Heating&Cooling, S.L.

► Origen. Nació en 2003 en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), a raíz de una idea de negocio del ingeniero madrileño José María Martínez Galán.

► Actividad. Diseño e instalación de sistemas de refrigeración (frío y calor) eficientes para edificios, con las patentes Advam Clim y Advam Sol.

► Plantilla. 8 empleados.

► Mercados. Han completado su primera instalación en Israel y preparan un plan de internacionalización en Sudamérica, África y Oriente.

Ingenia lleva al Reino Unido su software para bibliotecas y archivos

:: SUR

MÁLAGA. Ingenia y PSP Asset Protection Ltd han firmado un acuerdo de colaboración por el que la compañía inglesa será distribuidora en Reino Unido del producto eRLS (RFID Library System), desarrollado por Ingenia y di-

rigido al mercado de bibliotecas y archivos. La firma británica, con una dilatada trayectoria en el sector, amplía de esta manera su catálogo de productos y servicios con la inclusión de esta solución tecnológica que permite automatizar las principales tareas

del día a día en bibliotecas.

José Blanco, director general de Ingenia, señaló que con la firma «seguimos con nuestra estrategia de crecimiento y expansión internacional para la comercialización de nuestros productos». Blanco hizo hincapié

en que Ingenia se encuentra inmersa actualmente «en pleno proceso de búsqueda de socios, no sólo en los mercados latinoamericanos —en los que tenemos presencia directa a través de otras empresas del grupo—, sino también en otros territorios en los que hemos detectado posibilidades de negocio. Socios con alto nivel de especialización que puedan hacerse cargo tanto de la distribución comercial como de la implantación del producto en

instalaciones del cliente final».

Por su parte, Nicholas Hunt, managing director de PSP Asset Protection Ltd, afirmó que la asociación con Ingenia «demuestra nuestro compromiso con el desarrollo y mejora continua. Ser capaz de trabajar en estrecha colaboración con una empresa de la experiencia y la reputación de Ingenia es una oportunidad fantástica para nosotros y traerá enormes beneficios a nuestros clientes en el Reino Unido».

LA TRIBUNA

Populismo tributario y patadón hacia adelante (I)

JOSÉ SÁNCHEZ MALDONADO

CONSEJERO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO, DOCTOR EN ECONOMÍA Y CATEDRÁTICO DE HACIENDA PÚBLICA

La reforma retira cerca de 9.000 millones de gasto público (repártido en dos años), que condenan a un peor funcionamiento de la red de servicios públicos que conforman el Estado del Bienestar, y de la que disfrutan el conjunto de los españoles con independencia de su renta



Al inicio de la primavera el comité de expertos designado por el Gobierno hizo público su informe sobre la reforma del sistema tributario. Se trataba de un documento redactado bajo la sensata premisa de la neutralidad recaudatoria, de manera que, al menos, de aquel experimento no derivasen riesgos adicionales ni para la cohesión social (por la mayor precarización de los servicios públicos) ni para la estabilidad financiera (por resucitar el enfado de la autoridad monetaria ante incumplimientos del objetivo de déficit). A muy grandes rasgos, la propuesta del equipo de Manuel Lagares, para cumplir con aquella restricción de partida, incluía una rebaja del IRPF, Sociedades y cotizaciones sociales que se compensaba con una subida del IVA. Las particularidades de su diseño eran muy discutibles, pero al menos, ya digo, se procuraba no dañar más la ya muy debilitada suficiencia del cuadro impositivo.

¿Qué ha ocurrido para que, a los tres meses, ese mismo gobierno publique un anteproyecto que ignora aquella neutralidad recaudatoria impuesta por el sentido de Estado? Porque, en efecto, la propuesta del Ministerio de Hacienda contempla de golpe una rebaja neta en los ingresos públicos cercana a los 9.000 millones, sin que tampoco se mencione su contrapartida en términos de gasto y/o déficit. Toda visión coherente, integral y a medio plazo se esfuma a la hora de la verdad, siguiendo el mismo modus operandi según el cual, entre otros ejemplos, se ha venido vaciando la hucha de la Seguridad Social para comprar deuda pública y para acometer pagos coyunturales.

Este ataque de populismo fiscal del Gobierno responde, desde luego, no a una corriente de optimismo sobre la recuperación económica, sino, muy al contrario, a una lectura muy pesimista de las propias y particulares perspectivas electorales a corto y medio plazo del PP. El propio mecanismo de implantación, un patadón hacia adelante en dos fases (2015 y 2016), también delata que el diseño de esta medida se ha realizado con el calendario electoral a la vista. Si las cosas empiezan a pintar mal, siempre se podrá o dar marcha atrás o recurrir a una subida del IVA tras los comicios. En realidad, los efectos no meramente retóricos de la rebaja (los negativos y hasta los positivos, si los hubiere) se posponen como muy pronto a partir del comienzo de 2015, aunque las declaraciones-autoliquidaciones por este ejercicio económico no se presentan hasta mediados de 2016. Y para rematar, a efectos prácticos, esta rebaja de impuestos

no supone sino meramente deshacer la subida que este mismo gobierno y este mismo ministro impulsó para el trienio 2012-2014.

Así pues, siendo un juego de equilibrio electoralista a muy corto plazo, entiendo que la reforma no solo no ayuda, sino que pone en peligro el interés general en al menos tres ámbitos: empeorará a futuro la creciente desigualdad, en el mejor de los casos no aportará nada a la recuperación económica y, finalmente, nos condenará a seguir soportando unos niveles elevados de fraude y elusión fiscal.

En primer lugar, la reforma retira cerca de 9.000 millones de gasto público (repártido en dos años), que condenan a un peor funcionamiento de la red de servicios públicos que conforman el Estado del Bienestar, y de la que disfrutan el conjunto de los españoles con independencia de su renta. A cambio, esos fondos van a parar a las empresas y personas con mayor nivel de beneficios y rentas (y más cuanto mayores sean dichos beneficios y rentas). El sistema tributario se hace más regresivo, decide redistribuir menos, en el peor momento, cuando más crece la desigualdad y cuando mayor peligro supone para el crecimiento y la estabilidad social y económica.

En segundo lugar, el hecho de retirar 9.000 millones del sector público para transferirlo al sector privado en nada garantiza un impulso al crecimiento económico. Antes bien al contrario. Dadas las perspectivas económicas y el perfil de los beneficiados con la reforma,

es poco probable que esa cantidad redunde en un mayor gasto y/o inversión privadas que dinamizasen la economía, que es de lo que se trata. Por supuesto, decir que esta rebaja de impuestos, en este momento, va a ayudar a impulsar el empleo no es admisible ni como licencia poética.

Por último, otra consecuencia más gravísima de esta pseudo-reforma es que se está dejando pasar una nueva oportunidad de modernizar una institución clave de toda economía avanzada. Desde el inicio de la debacle económica y la concomitante desestabilización de las cuentas públicas allá por 2008-2009 se puso el énfasis de la discusión en el nivel de gasto: recortar o no recortar, y sus consecuencias positivas o negativas sobre la actividad a largo y a corto plazo. La falta de valentía, de competencia intelectual y, seguramente también, de convicciones, de unos y otros nos ha impedido ocuparnos de la otra parte del mecanismo que provoca el descuadre presupuestario: los ingresos, una cuestión que abordará mañana en un segundo artículo.

