

The logo consists of the lowercase letters 'cem' in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black rectangular background.

CONFEDERACIÓN  
DE EMPRESARIOS  
DE MÁLAGA

## **DOSSIER DE PRENSA DIARIO**

**FECHA: 23 DE MARZO DE 2016**

<http://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20160321/40596824759/presidente-cca-dice-marbella-es-la-ciudad-andaluza-con-mas-futuro-y-empuje.html>

## Presidente CEA dice Marbella es la ciudad andaluza con más futuro y empuje

Marbella (Málaga), 21 mar (EFE).- El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha asegurado hoy que Marbella es "sin lugar a dudas, la ciudad con más futuro y empuje de Andalucía".

González de Lara ha realizado estas declaraciones durante la firma del convenio entre la CEA, el Ayuntamiento de Marbella y el Centro de Iniciativas Turísticas de Marbella.

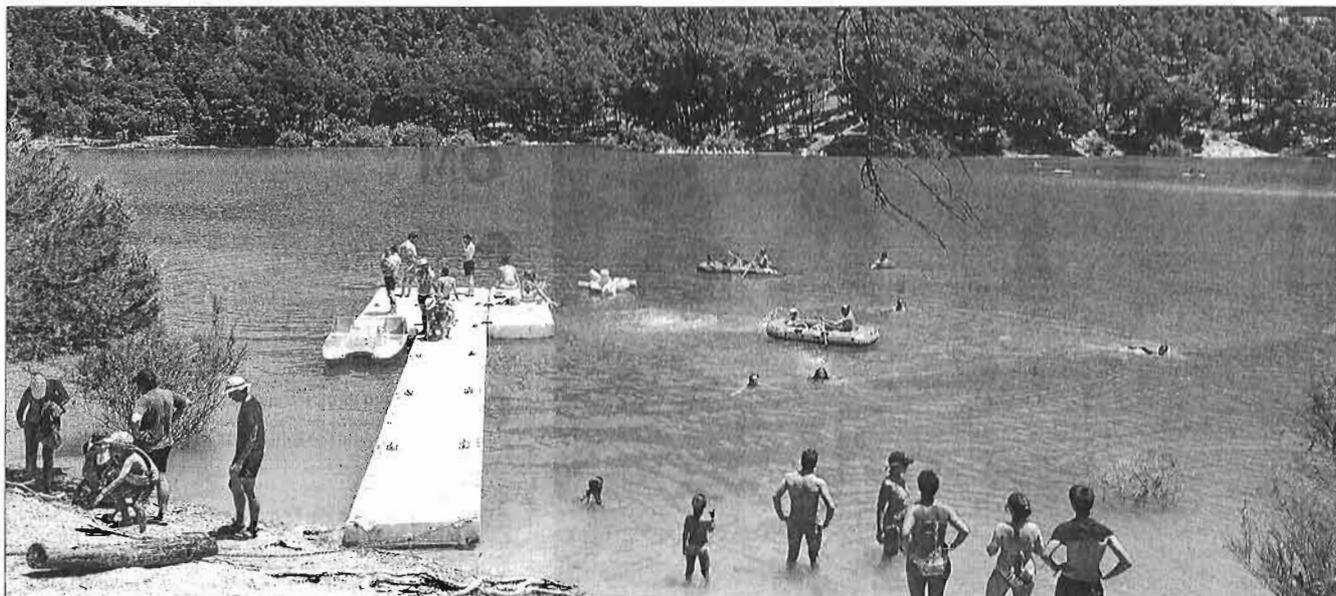
El acuerdo persigue, según el presidente de la CEA, cooperar en el diseño de políticas económicas que redunden en la generación de empleo, sobre todo en materia turística, "generando entornos más competitivos, propiciando certidumbre y estabilidad y, de esa forma, atraer inversiones a Marbella".

El documento contempla la programación de una agenda de trabajo para potenciar materias como los servicios públicos y las grandes infraestructuras.

Por su parte, el alcalde de Marbella, José Bernal (PSOE), ha insistido en que el objetivo es crear estabilidad para que las empresas generen empleo de calidad y estable.

"Desde la administración pública podemos contribuir con planes específicos en esta materia pero solo desde el sector privado se pueden garantizar empleos de calidad y estables que es lo que persigue este convenio", ha subrayado.

Dentro de los compromisos previstos en el acuerdo se encuentra la celebración del Foro de Innovación y Promoción Turística de Marbella, la gestión de los servicios públicos, las grandes infraestructuras y la imagen de la ciudad. EFE.



Turistas el pasado verano en el conjunto de embalses del Guadalteba-Guadalhorce. ALEX ZEA

# Andalucía apuesta por impulsar el empleo y la economía en el interior con el turismo

► Destinará al nuevo plan estratégico sostenible casi 231 millones de euros en los próximos cuatro años ► El proyecto, que busca aprovechar el poder desestacionalizador de este segmento, beneficiará a 700 municipios menores de 100.000 habitantes

VIRGINIA GUZMÁN MÁLAGA  
► @ginnieguzman

■ Conseguir un destino completo que esté abierto todo el año y a la vez impulsar la economía de los municipios del interior, generando empleo y sectores de negocio. Es el objetivo que tiene la nueva estrategia de turismo de interior que fue aprobada ayer por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y que se desarrollará a lo largo de los próximos cuatro años.

La Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 busca potenciar un segmento con grandes posibilidades y que poco a poco se está haciendo un hueco en el turismo que recibe la comunidad, pero con una demanda aún muy alejada del tradicional turismo de sol y playa. La intención de este nuevo proyecto es invertir 230,9 millones de euros en este periodo para relanzar la actividad en aquellos municipios menores de 100.000 habitantes que no estén en primer línea litoral. Serán 700 las localidades andaluzas que se podrán ver beneficiadas por el plan, impulsado por la Consejería de Turismo y Deporte, pero en la que además participan otros cinco departamentos de la Administración autonómica.

En total, hasta 2020 se pondrán en marcha siete programas que

## Las claves

ESTRATEGIA  
Forma parte del Plan de Turismo Sostenible

La estrategia, que se enmarca en el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, está impulsada por Turismo y Deporte y participan otras cinco consejerías de la Junta: Educación; Fomento y Vivienda; Cultura; Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, y Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

MEDIDAS  
Diferenciación y creación de productos turísticos

El documento incluye medidas para fomentar la diferenciación turística de las zonas de interior; impulsar iniciativas públicas y privadas dirigidas a dinamizar las economías locales; incentivar el acceso a las nuevas tecnologías y promover la comercialización de productos.

La potenciación del turismo de interior puede revitalizar al sector durante la temporada baja

incluirán 45 iniciativas. Tres serán las líneas de trabajo en este tiempo, la creación de productos turísticos, la reactivación de la economía y la cohesión territorial, logrando así crear oportunidades de futuro que puedan dar una salida laboral a los habitantes de estos municipios.

Según informó ayer la Junta de Andalucía, este ambicioso plan reportará beneficios a los empresarios locales y a los trabajadores del sector, además de a los propios ayuntamientos y a otros organismos como los grupos de desarrollo rural.

En la elaboración de esta estrategia han participado más de 500 agentes y la financiación vendrá de las consejerías implicadas y de fondos externos y líneas de ayudas.

Una de las grandes potencialidades del turismo de interior es que, frente al sol y playa, no se ve tan afectado por la estacionalidad, ya que el clima no es uno de

sus condicionantes. De hecho, puede tener más demanda en la temporada baja, entre los meses de octubre y abril. Además, es un segmento que lleva aparejado otros, como el patrimonio, la gastronomía o la naturaleza y que cada vez es más buscado por los mercados con mejor presencia en Andalucía, caso del emisor alemán, como quedó patente en la reciente ITB de Berlín.

El impulso de segmentos como el de interior, donde hay más posibilidades de crecimiento, es uno de los retos que se ha marcado desde su llegada al consejo de Turismo, Javier Fernández.

## Un segmento que atrae al 18% de los turistas

► El turismo de interior atrae cada año a la comunidad andaluza a casi cinco millones de turistas, un 18% del total que recibe al año el destino. Hasta el momento, es el visitante español el que busca este segmento, con un reparto de un 70% de origen nacional, principalmente de Andalucía, y un 30% procedente del extranjero, según los datos del último informe sobre el sector realizado por la Junta.

A la hora de optar por el alojamiento se decanta por establecimientos hoteleros y suele llegar a su destino en su propio vehículo. La estancia media es de unos 6,2 días y su gasto, algo más de 60 euros diarios, una cifra que en los últimos años, no obstante, se había reducido. Aunque su llegada a Andalucía se

reparte a lo largo de todo el año, es el tercer trimestre el que suma más visitantes.

El perfil del turista de interior responde a una mujer, con una edad de entre 45 y 64 años y con un trabajo remunerado, si bien también hay un importante porcentaje de visitantes menores de 29 años. Suelen viajar en pareja o acompañados por familiares.

En 2014, año en el que se elaboró el último estudio sobre el segmento, en la decisión de optar por el interior tuvieron más influencia elementos como la visita a monumentos, el clima y la naturaleza.

La valoración media otorgada por los turistas de interior al destino andaluz alcanzó los 8,1 y presentan además un alto grado de fidelización.

# La Costa se lanza hoy en la MITT de Moscú a una conquista insólita de turistas rusos

Un total de 190 países se disputarán los más de siete millones de viajeros de Rusia que han dejado de salir de vacaciones a Turquía y a Egipto

**:: PILAR MARTÍNEZ**

**MÁLAGA.** La Costa del Sol se lanza hoy a una conquista del turismo ruso en un escenario insólito: los dos principales destinos vacacionales de los viajeros de Rusia, Turquía y Egipto, están fuera de mercado. De ahí que la apertura de la MITT de Moscú, que se ha consolidado en sus últimas ediciones como un importante punto de encuentro para la industria turística y una buena oportunidad para establecer contactos profesionales, adquiera en esta ocasión una dimensión especial. Un total de 190 países se disputan una tarta de más de 30 millones de viajeros rusos, de los que siete millones buscan una alternativa a sus salidas a los complejos de lujo turcos o a las playas egipcias. La Costa del Sol no quiere perder este tren. Tampoco Andalucía quiere renunciar a la posibilidad de dar un gran salto en este mercado emergente, ni Málaga capital, en la que desde el inicio del año ha constatado cómo se ha dis-



Vista de la MITT, en una edición pasada. :: SUR

parado la llegada de turistas procedentes de Rusia.

Según las previsiones de la organización de la feria, que se celebra en el centro de exposiciones Krasnaya Presnya, por este evento pasarán este año más de 85.000 visitantes, la mayoría de ellos profesionales de Moscú y de la región central de Rusia. En la edición de este año estarán presentes más de 3.000 expositores de 190 países y regiones de todo el mundo,

que podrán mostrar su oferta turística en un espacio de más de 50.000 metros cuadrados.

La delegación de la Costa del Sol, con presencia de las principales localidades del litoral malagueño, sobre todo de la Costa Occidental desembarcan en este evento con el objetivo de aumentar la cuota de negocio en este mercado. Además, la Costa del Sol llega a esta feria con el aval de un crecimiento en la llegada de rusos. Y

es que mientras que los rincones preferidos de estos turistas en España, toda la Costa Brava y el Levante, perdían clientes de este país a un ritmo de casi el 50%, en Málaga este descenso no llegaba al 10%. La fidelidad de estos viajes ha sido tal que en 2015 la Costa del Sol cerró con un 17,6% más de turistas rusos, mientras en el resto de destinos aún perdían viajeros a ritmo del 33%. En total, han sido más de 71.000 turistas procedentes de la antigua Unión Soviética los que eligieron el litoral malagueño para pasar sus vacaciones, según los datos del estudio de Turismo y Planificación Costa del Sol sobre el mercado ruso.

Precisamente, en la feria Intourmarket, que se clausuró ayer en Moscú, la delegación malagueña, encabezada por el director gerente de Turismo Costa del Sol, Arturo Bernal, ha constatado el fuerte interés por la oferta de este destino. En este evento, Turismo Costa del Sol presentó su portal en ruso y la campaña de marketing para avanzar en la promoción 'on line' de este mercado.

Por su parte, Andalucía estará presente en la MITT de Moscú con el reto de romper la tendencia a la baja y consolidar los incrementos de este arranque del año en un mercado en el que se ha programado un amplio despliegue durante todo el ejercicio.

## Andalucía invertirá 230,9 millones para potenciar el turismo de interior

**:: P. M.**

**MÁLAGA.** La hoja de ruta para potenciar el turismo de interior en más de 700 municipios andaluces fue aprobada ayer en el Consejo de Gobierno de la Junta. La Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 contará con un presupuesto de 230,9 millones de euros a invertir en los próximos cinco años.

Este documento, que define las políticas previstas por la Junta para revitalizar, a través de este sector, la actividad económica en los municipios de menos de 100.000 habitantes y no ribereños del mar, tiene como objetivos potenciar el desarrollo turístico, las economías de escala, el asentamiento de población y la creación de empleo.

El plan dispone de tres líneas fundamentales para impulsar la cohesión territorial, la dinamización socioeconómica y la creación de productos turísticos; siete programas, y 45 iniciativas. Los principales beneficiarios serán los empresarios y trabajadores del sector que desarrollen una actividad reglada, las entidades locales y los grupos de desarrollo rural.

# Fiasco de la garantía juvenil

● Sólo el 19% de los jóvenes parados se ha apuntado para recibir formación de un plan financiado por la UE ● Hacienda y Empleo preparan nuevas campañas para intentar «una participación masiva»

CARLOS SEGOVIA MADRID

En el país europeo con mayor tasa de desempleo juvenil después de Grecia está resultando hasta ahora un fiasco uno de los planes más ambiciosos para combatir este drama. Según datos oficiales, se han apuntado hasta ahora en España 241.343 jóvenes al Sistema Nacional de Garantía Juvenil para beneficiarse de programas que les ayuden a entrar en el mercado laboral. Esta cifra representa apenas el 19% de los 1,27 millones de jóvenes de menos de 30 años que, según la estimación oficial del Ministerio de Hacienda reúnen los requisitos para acogerse y recibir orientación y formación en las Comunidades Autónomas.

Se trata además de un plan financiado con hasta 2.360 millones por parte de la Unión Europea, por lo que el fracaso tiene repercusión en Bruselas.

«Los jóvenes no se apuntan», señalan a este diario en el Ministerio de Hacienda que actúa como órgano intermedio de financiación. Para combatir el escepticismo o la ignorancia entre los jóvenes que ni estudian ni trabajan, este Departamento está planificando junto al de Empleo una nueva estrategia de comunicación «que permita conseguir la participación masiva de este colectivo». Según indican, «esta estrategia requerirá la implicación de todos los agentes y medios que interactúan o de los que se sirven los eventuales beneficiarios de este programa: administraciones, asociaciones, redes sociales...».

Consideran fundamental «la participación de los Servicios Públicos de Empleo en las labores de acercamiento y difusión de la Garantía Juvenil para conseguir una participación masiva de la población destinataria de este plan».

El origen de este fiasco nace el 12 de diciembre de 2014, cuando la comisaria europea de Empleo, la belga Marianne Thyssen, anunció la aprobación del llamado Programa Operativo de Empleo Juvenil confiando en «el firme compromiso del Gobierno español» para implantar un plan dotado con 2.360 millones de fondos europeos. Es el ánimo a España a hacer el mejor uso del Fondo Social Europeo y de la Iniciativa de Empleo Juvenil. Son unos instrumentos clave si

temas de formación o educación».

En el Ministerio de Empleo admiten que la inscripción empezó con lentitud por la novedad y complejidad del proceso, que es voluntario. Apenas se apuntaban en los primeros meses unos 80 jóvenes diarios, pese a que la tasa de paro juvenil se

encuentra en el 46% en España. Pero en el mismo Ministerio agregan que posteriormente se amplió el límite de edad a 29 años y que en los últimos tiempos se ha acelerado. Ponen de ejemplo que si en enero había 192.503 jóvenes inscritos el último dato oficial llega a los citados

241.343 y confían que con las nuevas campañas de publicidad termine funcionando mejor. Para poder ser atendidos en el marco del Programa Operativo de Empleo Juvenil todos los jóvenes deberán estar previamente inscritos en el fichero del Sistema Nacional de Garantía Juvenil.

«El procedimiento es sencillo y se resuelve en apenas 72 horas», aseguran en el Ministerio de Empleo. Una vez inscritos, las Comunidades Autónomas ejecutan el programa, principalmente, pero también los ayuntamientos de más de 50.000 habitantes. La Dirección General de Coordinación con las Comunidades Autónomas gestionará 200 millones dentro de este plan para cofinanciar proyectos también en municipios.

**El plan está dotado con hasta 2.360 millones de fondos europeos**

queremos que políticas públicas sean eficaces en términos de coste y den resultados reales y duraderos para los jóvenes», dijo.

Su objetivo principal oficial era y es «el desarrollo del Plan Nacional de Garantía Juvenil y, concretamente, alcanzar la inserción y mantenimiento en el mercado laboral, con un empleo de calidad, de los jóvenes mayores de 16 años y menores de 30 no ocupados ni integrados en los sis-



Varios carteles de 'Se alquila' en un mismo edificio. EL MUNDO

mismo, cifra que también mejora el 24% de 2014.

Sin embargo, tal y como subraya el informe, para poder vender más y en menos tiempo sigue siendo casi imprescindible aplicar

la mencionada rebaja, no en vano sólo un 19% de los vendedores consiguió un comprador que pagó el primer precio que tenían en mente. Otro dato que refrenda que el comprador, consciente de la

29

años. Es el límite de edad al que se amplió el programa para fomentar las inscripciones

De momento, patronales y sindicatos de distintas comunidades han calificado en las últimas semanas de «fracaso» este plan.

En el Ministerio de Empleo subrayan que, además de este plan, se lanzó previamente la llamada Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven Garantía Juvenil, que, aunque menos específica, ha atendido a cientos de miles de jóvenes.

amplia oferta inmobiliaria existente tras años de escasas actividad, exige una mejora en el precio, es que dos de cada tres propietarios que no han podido vender sus inmuebles todavía no ha aplicado ninguna rebaja.

## 4 MESES PARA ALQUILAR

El estudio también aborda el mercado del alquiler, que cuenta con un «gran dinamismo» y en el que durante los últimos años se ha observado un incremento en el número de personas que deciden compartir piso para limitar los gastos, según señala la responsable de Estudios de Fotocasa, Beatriz Toribio. En cuanto al tiempo necesario para alquilar una vivienda, en el 91% de los casos éste fue de cuatro meses. Además, el 41% de los arrendatarios tuvo que rebajar el precio inicial en una media del 9%, lo que según los cálculos expuestos en el documento suponen 72 euros menos al mes.

## Más pisos vendidos y con menos rebaja

El tiempo medio que se tardó en vender una vivienda en España durante 2015 fue de 10,6 meses

DANIEL VIAÑA MADRID

Un 14%. Esta es la rebaja media que los propietarios que vendieron un inmueble durante el pasado año tuvieron que aplicar con respecto al primer precio que fijaron. La cifra supone un leve descenso con respecto al año anterior, cuando la reducción fue del 15%, pero también es la menor desde 2010.

Ese año fue en el que Fotocasa comenzó a realizar su estudio *Experiencia de venta de vivienda de los españoles*, y por lo tanto la rebaja que se aplicó en 2015 es la

menor de cuantas se tiene constancia. La mayor es la de 2012, cuando España vivía los peores años de la crisis económica y los propietarios se veían obligados a aplicar un descuento medio de un 27%.

Ahora, en cambio, la situación es sensiblemente diferente y otro aspecto es en el número de meses que debieron esperar los vendedores: 10,6 frente a los casi 12 del pasado año. Además, el 36% de los propietarios que pusieron su piso en venta consiguieron deshacerse del

## Opinión

## EL TERROR PUEDE DAÑAR LA ECONOMÍA EUROPEA



**Matthew Lynn**

Director ejecutivo de Strategy Economics

Primer París, ahora Bruselas. Europa todavía estaba digiriendo las consecuencias del mortal atentado terrorista en París el pasado mes de noviembre cuando la capital belga ha sido víctima de otra ronda de atrocidades que, en el momento de escribir estas líneas, ha costado la vida de más de tres decenas de víctimas inocentes. Por desgracia, Europa se está teniendo que acostumbrar a unos ataques terroristas antes inimaginables.

El continente lo superará. Las naciones que componen la UE son ricas y fuertes. Sus fuerzas militares y policiales son más que capaces de gestionar lo que se les venga encima, y Europa ha pasado por traumas mucho peores que este en el último siglo, y ha emergido de todos ellos más segura y próspera. Aun así, no se puede ocultar el hecho de que pueden perjudicar a la economía. ¿Cómo? De tres maneras. Ya es inevitable que la libre circulación de personas entre fronteras se restrinja progresivamente y a su vez eso afectará al crecimiento. La fe en la fortaleza de las instituciones políticas de Europa se debilitará más todavía y será una losa para la moneda. La autoridad de los líderes políticos, demasiado lentos para aceptar la magnitud del problema y tomar las medidas necesarias para afrontarlo, se verá socavada. La canciller alemana Angela Merkel parece más debilitada que nunca, y las probabilidades de que Gran Bretaña abandone la UE han aumentado. Por supuesto, nada de eso es comparable

al coste en vidas humanas, pero el precio económico de este último atentado será alto.

Los atentados de ayer martes en el aeropuerto y la estación de metro Maelbeek de Bruselas, próxima a la sede de la UE, arrojan una dimensión nueva a la amenaza que pesa sobre el continente. Como han aprendido las fuerzas de seguridad en Israel y otras partes, cada vez cuesta más defender una ciudad contra el objetivo de los terroristas suicidas fanáticos de propagar la muerte y la destrucción en espacios concurridos. Se pueden escanear aviones en busca de armas y también los trenes de las grandes líneas, pero ninguna ciudad puede seguir funcionando si hay que revisar cada autobús y cada estación de metro en busca de posibles armas y explosivos. Las ciudades se detendrían en seco si así fuera.

Las consecuencias inmediatas se silenciarán, como ocurrió tras los atentados de París el año pasado. Francia puede que siga formalmente en estado de emergencia, pero la vida recuperará la normalidad con rapidez relativa mientras la economía renquea. Lo mismo ocurrirá en Bélgica. En cuanto el polvo y los escombros se limpien, las personas volverán a sus oficinas y fábricas. A pesar de ello, las implicaciones a largo plazo serán más graves.

Primero, la libre circulación de personas entre fronteras, uno de los logros más importantes y útiles de la Unión Europea, corre más peligro que nunca. Tras los atentados de París y la crisis de los inmigrantes, el acuerdo de Schen-

gen, por el cual la mayoría de las personas siquiera tienen que enseñar el pasaporte en muchas fronteras, se suspendió en muchos cruces fronterizos. Es de esperar que continúe así. Más grave todavía es que los gobiernos podrían empezar a suspender los derechos de los ciudadanos de la UE de vivir y trabajar en todo el continente. La primera obligación de cualquier gobierno es proteger a sus ciudadanos y preservar el estado de derecho, y si no lo consiguen saben que pueden ser sustituidos. Por eso los gobiernos harán lo que haga falta para reprimir el terror. Si eso significa revocar

la libre circulación, que así sea. Sin embargo, eso producirá unos efectos importantes y enteramente negativos para la economía, porque dejar que las personas vayan donde quieren ha impulsado mucho el comercio y la productividad. El grupo de reflexión francés Strategie calculaba en febrero que el retorno de los controles fronterizos costaría a la economía europea 110.000 millones de euros en producción perdida. En realidad, la cifra podría ser mucho mayor si las empresas vuelven a concentrarse en el mercado nacional en vez del continental.

Después, la fe en las instituciones de la UE se debilitará aun más. Si la UE no es capaz de proteger su propio edificio, ¿qué es lo que puede hacer? Y se produce justo en un momento en que, si el euro quiere ser una moneda que fomente en vez de sofocar el crecimiento, la UE necesita más poder. El presidente del BCE, Mario Draghi, no podrá rescatarla solo. La eu-

roza necesita, como mínimo, una unión bancaria completa, una agrupación de la deuda y con el tiempo una política común fiscal también. ¿Querría ceder ese poder a un órgano que ni siquiera puede prevenir atentados terroristas? Probablemente no.

Por último, el impacto político será masivo. No hay duda de que la UE no ha respondido a la amenaza como es debido. El contraste con Estados Unidos después del 11-S es doloroso. Gran parte de la respuesta de Bush parece exagerada en retrospectiva. Se hizo mucho daño a la reputación de Estados Unidos. Sin embargo, el hecho es que en los años siguientes no se han producido grandes ataques terroristas en ese país. El Gobierno se ha enfrentado a la amenaza. En Europa no está ocurriendo así. La política de Angela Merkel de animar a los refugiados le ha supuesto ya muchos problemas. Ahora será mucho peor. Incluso es cuestionable que se presente a las elecciones alemanas previstas el año que viene. El referéndum británico sobre la membresía a la UE, que se celebrará en junio, ya parecía ajustado antes de la noticia de Bruselas. Ahom está reforzará los argumentos de quienes quieren que salga Gran Bretaña. Con razón o sin ella, muchas más personas creen que es hora de levantar el puente. La libra sufrirá muchas más presiones entrado el verano.

Europa ya se ha enfrentado a muchos desafíos con una moneda disfuncional, una deflación rampante y unas tasas masivas de desempleo en casi toda la periferia. Los atentados terroristas dificultan mucho más la solución a todos esos problemas. Se cazará y castigará a los responsables, pero Europa vivirá con las consecuencias económicas durante mucho tiempo.

A diferencia de EEUU, la UE no ha respondido a la amenaza terrorista como es debido

## LAS MISERAS CONDICIONES DE VIDA EN CUBA



**Juan Ramón Rallo**

Director del Instituto Juan de Mariana y profesor del Centro de Estudios OMMIA

Que Cuba es un país paupérrimo tras 57 años de socialismo real es algo que debería intuirse apenas fijándose en los flujos migratorios: que, durante el último medio siglo, más de un millón de personas (alrededor del 10 por ciento de la población de la isla) se haya lanzado al mar para escapar de esa macrorroca política y económica debería suponer un indicio de que los cubanos no atan los perros con longanizas. Mas, ciertamente, los exiliados no conmueven a los partidarios del régimen, siempre prestos a tildarlos de ratas acomodadas y contrarrevolucionarias, siguiendo los pasos de su admirado gerontócrata multimillonario. Acaso, entonces, convenga analizar las condiciones de vida actuales de Cuba según la confesión del parte que efectúa el propio régimen. Es decir, procedamos a estudiar cómo se vive en Cuba según lo que sostienen las propias estadísticas de la dictadura castrista. De acuerdo con el Anuario Estadístico de Cuba 2014, el salario medio mensual se ha incrementado desde 455 pesos cubanos en

2011 a 584 en 2014. Los salarios medios más bajos se dan en la industria hotelera (377 pesos cubanos) y los más elevados en la industria azucarera (963 pesos cubanos). Los salarios del sector educativo son inferiores a la media (527 pesos cubanos) y los del sector sanitario (712 pesos cubanos), superiores. Pero, ¿a cuánto equivalen los pesos cubanos? Actualmente, 26,5 pesos cubanos equivalen a un dólar: es decir, el salario medio en Cuba equivale a 22 dólares mensuales, en la industria hotelera a 14,2 dólares y en el sector educativo a menos de 20. Y tengamos en cuenta que son salarios medios: es decir, que muchos cubanos cobrarán apreciablemente por debajo de tales cantidades. Claro que estos datos en aislamiento quizá no sean demasiado informativos. Tal vez, los precios en Cuba estén tan por los suelos que el cubano medio pueda vivir estupendamente con poco más de 20 dólares al mes. No obstante, no es necesario que especulemos acerca del nivel de precios de la isla: dado que la inmensa mayoría de precios se hallan regulados por las autoridades, podemos conocer de primera mano el pre-

cio de ciertos productos básicos a través de las resoluciones del Ministerio de Comercio Interior o del Ministerio de Finanzas y Precios. Así, el precio de un pan de corteza dura de 130 gramos asciende a 3,25 pesos cubanos (resolución 95/2014): dado que una barra de pan típica en España son 250 gramos, el equivalente sería 6,25 pesos. A su vez, la resolución 61/2011 estableció "aprobar el precio minorista oficial del producto huevo fresco de gallina a 1,5 pesos la unidad": hoy, el precio de un huevo fresco se ha rebajado a 1,1 pesos, de modo que una docena ascenderá a 13,2 pesos. Un kilogramo de leche en polvo cuesta 175 pesos (resolución 165/2014); una lata de puré de tomate de 440 gramos, 8,1 pesos (resolución 38/2013); un kilo de pechuga de pollo, 119,25 pesos; y un litro de yogur natural, 29,15 pesos (resolución 214/2012). Dicho de otro modo, el salario medio de un cubano le permite adquirir cada mes 20 barras de pan, tres docenas de huevos, un kilo de leche en polvo, diez latas de puré de tomate, un kilo de pollo y un litro de yogur natural. Prosperidad en estado puro. Pero, evidentemente, no sólo de ali-

mentos básicos vive el hombre. Así que conviene conocer los precios de otros bienes que en Occidente ya casi consideramos como esenciales: una caja de cerillas cuesta 1 peso (resolución 51/2013); 1 SMS interno asciende a 2,3 y una hora de Internet a 40 (precios oficiales de la compañía estatal Etecsa); una jabonera con asa blanca, 75 (resolución 80/2011); crema dental, cuatro (resolución 78/2014); tambor de detergente de 2,5 kilos, 119 pesos; una radio, 321 pesos; y un televisor de 29 pulgadas, 9.275 pesos (resolución 214/2012). Recuerden: un televisor equivale a 15 meses de trabajo.

En suma, las condiciones de vida en Cuba son totalmente miserables y no, como suele afirmarse, por el embargo estadounidense, sino porque el socialismo estado pobreza. El embargo no impide a Cuba comerciar con empresas sin vínculos comerciales con EEUU: de hecho, las importaciones cubanas ascendieron en 2013 a 6.720 millones de dólares (el 8,7 por ciento de su PIB). Si Cuba no importa más es porque no exporta más (para importar hay que exportar) y no exporta más porque su capacidad productiva bajo el socialismo es totalmente deficiente: salvo excepciones, las mercancías producidas en Cuba son incapaces de competir en calidad y precio en los mercados occidentales. No, Cuba es pobre porque es socialista. Y el socialismo es pobreza.

La paupérrima situación de la isla no se deriva del embargo de EEUU, sino del socialismo