



cem

CONFEDERACIÓN  
DE EMPRESARIOS  
DE MÁLAGA

**DOSSIER DE PRENSA DIARIO**

**FECHA:** 16 DE MAYO DE 2016

# La Fundación Victoria acerca el mundo empresarial y educativo

Más de un centenar de representantes de las instituciones que colaboran con la entidad se dan cita en la reunión anual en Alhaurín de la Torre

## :: I. GELIBTER

La Fundación Victoria fue ayer la protagonista de un encuentro con empresarios de Málaga dentro del acto celebrado en Alhaurín de la Torre entre instituciones que colaboran con los colegios diocesanos. Esta reunión anual, cuyo objetivo es acercar el mundo empresarial y educativo, contó, según la organización, con más de un centenar de participantes entre los representantes de las instituciones que habitualmente colaboran con la Fundación Victoria y otras invitadas a través del 'networking'.

El evento tuvo lugar en el Colegio Juan Pablo II de Alhaurín de la Torre, y se aprovechó para que los asistentes conocieran de primera mano la ermita de Nuestra Señora de Fátima El Romeral, escuela rural originaria de este colegio y «símbolo de los orígenes de la labor educativa de la Diócesis», tal como la calificó la propia Fundación.

La razón, según explicó el obispo de Málaga, Jesús Catalá, es que los empresarios conocieran mejor «de dónde venimos, y, conociéndolo, se incorporen a colaborar y a asumir el espíritu del proyecto educativo que te-

nemos», aseguró. Además, Catalá animó a los empresarios a poner en práctica los principios de la doctrina social de la Iglesia «porque la empresa que invierte en lo humano, tiene la certeza de su continuidad».

Tras recorrer las instalaciones del centro actual, los participantes asistieron a la ponencia de Javier Gonzá-

lez de Lara, presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía y de Málaga, y patrono de la Fundación Victoria, sobre 'La función social de las empresas como factor de competitividad'. Entre las ideas de González de Lara, los empresarios prestaron especial atención a la invitación a ser más creativos.

## JORNADAS

## EL FUTURO DEL TURISMO, A DEBATE

## :: SUR

La I Jornada Renueva Hotel, organizada por El Corte Inglés División Empresas y la Asociación de Empresarios de la Costa del Sol (AEHCOS) se celebró el jueves 12 de mayo en el hotel Los Monteros. En este encuentro se abordaron las problemáticas y preocupaciones del sector hotelero en la Costa del Sol y se consideró la renovación hotelera como el principio para conseguir mejores rendimientos. El teniente de alcalde de Marbella y delegado de Turismo, Francisco Javier Porcuna, abrió el acto junto al presidente de AEHCOS, Luis Callejón, y Juan Roca, director de Marketing de El Corte Inglés División

Empresas. Entre otros, participaron en los debates Abel Fuentes, adjunto a la Dirección de Turismo y Deporte de Andalucía; Isabel Luque García, Asset Manager Senior de FHH y responsable de Cultura de la Fundación Fuerte; la vicepresidenta de la CEM, Natalia Sánchez; el director general de Hurat Investment Group, Gonzalo Armenteros; la directora del Hotel La Viñuela, María Herrero; Juan Carlos Luna, director de Marbella Club Golf Resort & Spa; Miguel Marcos, director de operaciones de Sunset Beach Club; el director de Fuengirola Park, Federico López, y José Luis Córdoba Leiva, director de Andalucía LAB.



Juan Carlos Luna, María Herrero, Miguel Marcos, Francisco Javier Porcuna, Federico López y José Luis Córdoba Leiva.



Arturo Bernal, Juan José Díaz Borrego, María Herrero, Gonzalo Armenteros e Isabel Luque García.



Juan José Díaz Borrego, Natalia Sánchez Romero, Luis Callejón Suñé y Juan Roca.

SUR, 15/05/16.

## Formación

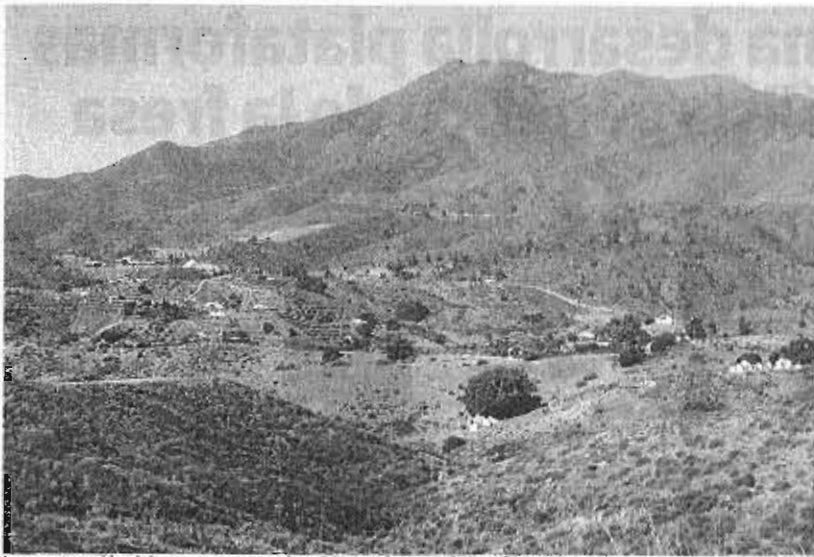


## Un programa de la UMA e Ikea selecciona a jóvenes talentos

La Universidad de Málaga e Ikea han presentado esta semana la II edición de su Programa de Desarrollo de Talento de Emprendedores y Estudiantes. Este proyecto de empleabilidad ofrece a universitarios de 3º y 4º curso de los grados de la UMA y a emprendedores noveles de Málaga la posibilidad de acceder a un programa de desarrollo durante nueve meses con sesiones teóricas y prácticas que impartirán profesionales de Ikea Málaga. En esta II edición, además, se ha ampliado el número de disciplinas universitarias desde las que poder acceder al programa. Además de los grados a los que se

abrió en la primera edición, Marketing e Investigación de Mercados, Relaciones Laborales y Recursos Humanos, Administración y Dirección de Empresas, Economía, Derecho y Doble Grado en ADE y Derecho queda también abierto a los grados en Bellas Artes, Periodismo, Finanzas y Contabilidad, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, así como al doble grado en ADE y Economía. De entre los universitarios que presenten solicitud serán escogidos dieciséis, que trabajarán en crear su marca personal para facilitar su incorporación al mercado laboral.

SUR, 15/05/16



La construcción del parque empezará en 2017 en la zona de Las Cuatro Suertes de La Atalaya. :: M. GÁMEZ

## Mijas impulsa su proyecto de parque empresarial tras 13 años de bloqueo institucional

### MIJAS

Los promotores de la iniciativa presentan a Urbanismo la modificación de elementos del PGOU para que se pueda debatir en el pleno de junio

:: **MIGUEL GÁMEZ.** El Parque Empresarial de Mijas (PEM), previsto en la finca Las Cuatro Suertes de La Atalaya (a nueve kilómetros del casco urbano y conectada a la carretera A-7053), renace con fuerza tras 13 años de bloqueo institucional. Declarado de Interés Social el 29 de

noviembre de 2002 (fue ratificado el 1 de octubre de 2011) y adquiridos los terrenos por 232 empresarios en 2003, este ambicioso proyecto ha estado prácticamente paralizado a raíz de esta última fecha y, sobre todo, desde que la Junta de Andalucía aprobó el Plan de Ordenación Territorial de la Costa del Sol (POT) en julio de 2006. La sentencia del Tribunal Supremo del pasado noviembre, que anulaba de pleno derecho el POT, ha devuelto la ilusión a 223 empresarios (cuenta con nueve menos, pero hay casi 200 empresas en lista de espera) que, ahora sí, cuentan con el apoyo de todos los partidos políticos. Ya fue eliminada la calificación de 'Protec-

ción de Interés Territorial' de los terrenos del PEM (al reconocerse la ausencia de valores medioambientales), lo que ha llevado a restituir la calificación a urbanizable en función del Plan General de Ordenación Urbana actual. Las preceptivas modificaciones al PGOU que ultimán estos días allanan el camino a los responsables del Parque Empresarial de Mijas, que constituirán una tecnópolis moderna e innovadora. Tras la presentación el pasado marzo del Informe de Impacto Ambiental, el PEM ha presentando en esta semana a la concejalía de Urbanismo la modificación de elementos como el Estudio de Tráfico y la Memoria de Sostenibilidad Económi-

ca, solicitados por el Ayuntamiento, que esperan que sean aprobados en el pleno de junio para ser presentado a la Consejería de Medio Ambiente de la Junta y que ésta dé el visto bueno antes de finales del verano. El objetivo es realizar el Plan de Obras a final de año e iniciarlas en el primer trimestre de 2017.

Cabe recordar que el PEM, con 1.560.000 metros cuadrados, de los que 937.771 serán urbanizables, tiene el fin de dar empleo a 4.500 personas (500 de ellas durante la construcción), por lo que espera convertirse en uno de los grandes motores del impulso económico de la Costa del Sol. «Es un proyecto ilusionante, pero queremos ser prudentes y esperar a que sea una realidad, una vez que sea aprobado por el pleno del Ayuntamiento y por la Junta. La situación ha sido difícil hasta noviembre, pero ahora, si todo va rodado, pondremos la primera piedra en 2017», expresó el presidente del PEM, Francisco José Bravo Villalba. Por su parte, el responsable de Comunicación, Jesús Marín, manifestó: «Estamos muy esperanzados e ilusionados en que se desbloquee completamente la situación, y ver al PEM hecho una realidad».

### Decenas de llamadas

Los directores técnicos del PEM, Antonio Luis Gómez Beltrán y Francisco Moreno Jiménez ya trabajan a pleno rendimiento, una vez superados los principales obstáculos burocráticos. El renacer del Parque ha disparado el interés de sectores empresariales de la provincia. Cada semana reciben decenas de llamadas y de correos electrónicos, requiriendo información y ofreciendo todo tipo de servicios.

«El 90 por ciento de las empresas son de la comarca, de Mijas y Fuenigürola. Al margen de los ocho millones de euros ya invertidos por los empresarios, que somos los que lo hemos pagado todo y no se debe nada a nadie (casi siete de ellos para la compra de los terrenos y más de un millón en documentación de aborados, planeamiento, ingenieros, etc.), la inversión prevista para urbanizar la zona es de casi 18 millones y la total es de 330 millones», indicó Antonio Luis Gómez.

### EN CIFRAS

# 200

Son las empresas en lista de espera para instalarse en el recinto

# 500

Es el número de empleados que se prevé para su construcción.

El concejal de Urbanismo del Ayuntamiento de Mijas, Andrés Ruiz, señala que para Mijas el PEM supondrá «una ordenación del área empresarial, un espacio donde los empresarios desarrollarán su actividad conforme a la legalidad. Será un centro logístico empresarial, donde se localizarán pequeñas, medianas y grandes empresas y donde pondrán crecer, a diferencia del centro de las Lagunas. Mijas será la capital empresarial de la Costa del Sol».

El PEM, estratégicamente bien ubicado y comunicado, estará dividido en dos áreas. En el área 1 habrá infraestructuras de presente y futuro. El 60,7 por ciento de los sectores de actividad corresponderán a empresas de construcción y decoración, el 18,2 al sector servicios y el 10,2 a hostelería y restauración. El resto se completa con un 5,9 por ciento de automoción y un 5 por ciento de servicios de consultoría. El área 2 estará dedicado a investigación y desarrollo, innovación y formación. En esta fase habrá, además de amplias zonas verdes: palacio de congresos, gasolinera, helipuerto, servicio de bomberos, ambulatorio, hotel, zona deportiva, escuela-taller, guardería, vivero de empresas, edificio de aparcamientos, distintos centros de formación profesional, etc. Fue a finales de los 90 cuando un grupo de 10 o 12 empresarios, con idénticas inquietudes, se reunieron para buscar terrenos, con el fin de implantar un polígono industrial. Aquella iniciativa privada fue in crescendo hasta constituir el Parque Empresarial de Mijas, cuyas semillas podrían germinar en 2017, una vez que sus dirigidos tienen ya vía libre para plantar de forma definitiva este ilusionante proyecto.

**PULPO**

**Un paro biológico que nadie comprende**  
 ▶ Los pescadores malagueños se han movlizado esta semana a raíz del paro biológico anunciado para septiembre. No comprenden que sea necesario cuando en 2015 se capturaron de esta especie 142 toneladas, frente a las 66 de 2010. Relatan que la subida parte de las medidas en vigor para preservar los caladeros.



**JUREL**

**Los registros históricos, superados en 2014**  
 ▶ La pesca de esta especie también goza de una buena salud, pese los informes europeos que indican que el 93% de los caladeros del mar Mediterráneo están sobreexplotados. En 2014 se alcanzó un récord de 900 toneladas sólo en Caleta de Vélez. En 2010 fueron 500 y el pasado año, algo más de 560 toneladas.



**BACALAO**

**Un descenso más que preocupante**  
 ▶ La cara opuesta de los balances que muestra el puerto de Caleta de Vélez, el más productivo de todo el Mediterráneo andaluz, la ofrece el bacalao. Apenas se capturaron 33 toneladas en 2015, frente a las más de 450 de 2010, los casi 290 de 2012 y la barrera de 50 toneladas que sí pudo superarse en 2014.



**SARDINA**

**Una especie con un valor añadido**  
 ▶ No son pocas las embarcaciones que durante el último año se han trasladado a las aguas de la Costa del Sol con la intención de capturar sardinias. Se trata de una especie con un valor añadido, al ya conocido por la singularidad de los espetos malagueños. Ahora también se captura para filetearlo con destino al supermercado.



# La pesca persigue un salvavidas

▶ El sector pesquero exige al Gobierno central y la Junta de Andalucía mayores esfuerzos para salvaguardar su futuro ▶ Los nuevos paros biológicos amenazan con asestar un golpe mortal a la mayor reserva de «pulpo gallego» del mar Mediterráneo

**FRAN EXTREMERA MÁLAGA**

El sector pesquero en la provincia busca un salvavidas. Pese a que se han presentado esta semana los pescadores, a pecho descubierto y sin flotador, en la sede de las principales administraciones supramunicipales: la Subdelegación del Gobierno y la Delegación del Gobierno andaluz. Consideran desproporcionado e injustificado el paro biológico que se plantea en el caso de la pesca del pulpo para después del verano.

No es fácil ver tan indignadas a personas ya acostumbradas al azote permanente de las olas. Les duele el golpeteo del agua salada en las heridas casi permanentes de sus manos. Pero siguen, contra golpes y más golpes, porque el mar los llama. El problema es que cada vez les cuesta más faenar y, sin recursos, no hay barcos. La flota de arrastreros en Caleta de Vélez, el puerto más productivo de todo el Mediterráneo andaluz, ha quedado reducida a la mitad en muy pocos años.

Una estocada más y no habrá más «pescalito» capturado por pescadores locales. La Junta reconoce que el pescado es para la provincia uno de sus emblemas. Se trata de un elemento gastronómico que va impreso en el típismo de la Costa del Sol, como patrimonio cultural. Pero al mismo tiempo expresa que Europa marca unos límites ante los estudios que reflejan que más del 90% de los caladeros del Mediterráneo están ya sobreexplotados.

El presidente de la Federación de Cofradías de Pes-

↓

## Las cifras

**60** BARCOS

**Empresas afectadas por la nueva parada del pulpo**  
 ▶ La flota de arrastreros en la provincia, temerosa por la prohibición para pescar en septiembre una especie de la que depende el 60% de la economía de estos barcos.

**142** TONELADAS

**Un especie cada vez más importante en Málaga**  
 ▶ En 2014 se capturaron en Caleta 142 toneladas de pulpo, frente a las 66 de 2010.

**5,79** MILLONES

**Toneladas capturadas en 2014 en Caleta de Vélez**  
 ▶ El puerto más productivo del Mediterráneo andaluz.

**10,9** MILLONES €

**Facturación en el único puerto axarquico**  
 ▶ un importante pilar económico para la Axarquía.

cadores de Málaga, Miguel Ángel Carmona, expresa que hay unos 60 barcos arrastreros en el litoral malagueño cuyas economías dependen en más de un 60% del pulpo. De hecho, esta especie popularmente relacionada con Galicia sólo se puede pescar en Málaga durante determinadas épocas del año. De ahí que el «pulpo gallego» sea originario de la Costa del Sol según los meses en los que se comercializa, como argumenta este armador malagueño.

Agrega Carmona, pese a las movilizaciones iniciadas el pasado viernes, que la receptividad de las administraciones provinciales es bastante positiva. «Hemos explicado que el paro biológico a aplicar al pulpo este año ni tiene sentido, porque en 2015 duplicamos las cifras de hace apenas cinco años, con más de 140 toneladas en puertos como el de Caleta de Vélez». Así recuerda que las normativas actuales les impide capturar pulpos de más de un kilo.

Esa medida hace que los ejemplares de unos 800 gramos, ya re-

La Junta se ofrece a mediar entre el Gobierno central y el sector pesquero

Los informes europeos dicen que está agotado el 93% de los caladeros del mar Mediterráneo

productivos, puedan mantenerse como base para la mejora del estado óptimo de los caladeros. De la importancia económica del sector da cuenta que sólo en el resñado puerto veleño, el único de la Axarquía, en 2014 se superaron los 5,7 millones de toneladas de pescados capturados o los 10,8 millones de euros de facturación bruta.

La Secretaría de Pesca ha remitido ya el borrador para establecer

la nueva veda al pulpo en las aguas exteriores de Andalucía. Pero también reconoce la Junta que se ha presentado una contraoferta, en nombre de los 90 arrastreros de todo el Mediterráneo andaluz -de los que dos tercios tienen su base en la provincia malagueña-.

Carmona insiste en que los pescadores no quieren ser «cabeza de turco. No lo vamos a consentir. Somos los primeros interesados en preservar de lo que vivimos, por lo que tienen que justificarnos que las medidas extraordinarias son necesarias». El delegado territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Javier Salas, replica que el sector debe mantener la calma. «Es cierto que hay un paro biológico derivado de los cambios que se imponen en el Plan de Gestión del Mediterráneo, pero nos encontramos aún en plena negociación».

El objetivo es el de encontrar un punto de equilibrio que sea satisfactorio para todas las partes. En breve habrá un nuevo encuentro en Sevilla precisamente para acercar posturas. De la misma forma, la Subdelegación del Gobierno en Málaga ha mostrado su interés en trasladar al Gobierno central los argumentos del sector pesquero.



# La reputación 'on line', el nuevo gran desafío para hoteles y restaurantes

La mayoría de hosteleros admiten que necesita optimizar la gestión de las opiniones de usuarios, un arma de doble filo que tiene un efecto directo en sus resultados

## GESTIÓN

ANA TORRES

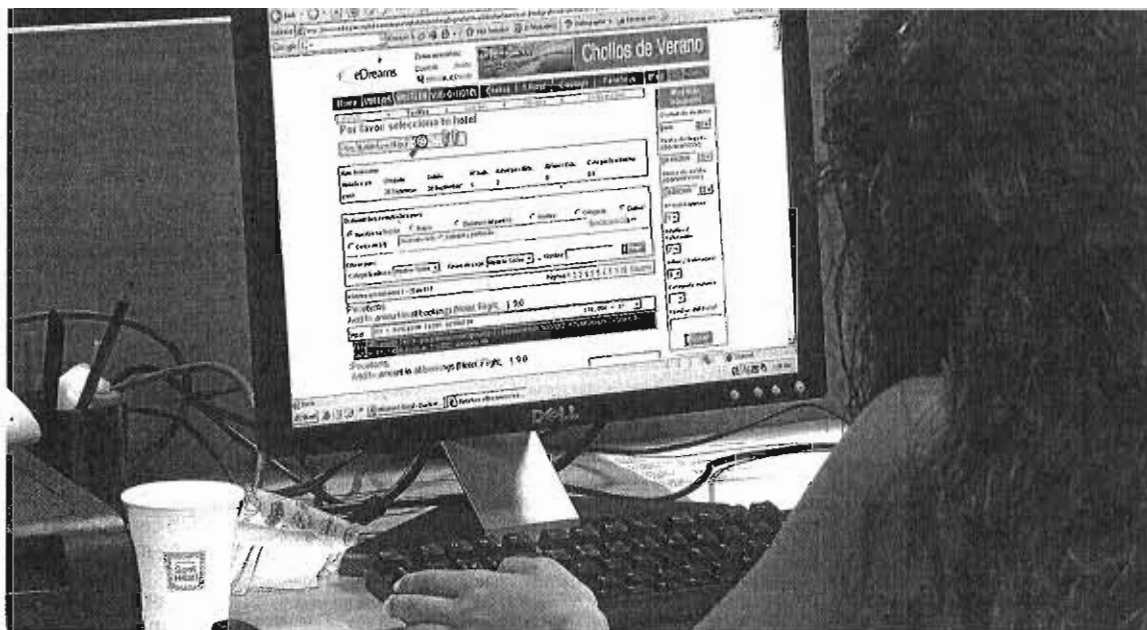


en Twitter: @anatorresarjona

**MÁLAGA.** «Se necesitan veinte años para construir una reputación y cinco minutos para arruinarla. Si usted piensa acerca de eso, va a hacer las cosas de manera diferente». Esta frase de Warren Buffett —empresario estadounidense considerado uno de los más grandes inversores del mundo— parece estar cada vez más presente en el sector turístico malagueño, que dedica más tiempo y recursos económicos a controlar su reputación 'on line'.

Desde la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Ahecos), aseguran que vigilar la reputación en la red es básico, que cada vez es más importante y que tener una mala consideración en internet puede reducir las reservas entre un 5% y un 10%. Según Luis Callejón, presidente de Ahecos, el primer paso es estar presente en Internet. Por eso, el 95% de los hoteles de la provincia está en TripAdvisor. Según Callejón, están concienciados de la importancia de la reputación 'on line' pero les falta aplicar herramientas para sacarles mayor partido. Además, cree que los comentarios tienen una gran utilidad porque les ayudan a mejorar, «transformando las peticiones de los clientes en realidad».

La política de precios también se ve afectada por la reputación: «Hay plataformas de reservas como Booking que te bajan el precio si tienes valoraciones negativas», asevera Callejón. Del mismo modo, si tienes una buena reputación «puedes cobrar entre un 10% y un 20% más. La buena reputación incide directamente en la cuenta de resultados», según Gina Matheis, CEO de una empresa malagueña especializada en reputación 'on line' para hoteles. Paraty Tech es pionera en motores de reser-



Una usuaria consulta una web de viajes, en una imagen de archivo. :: sur

va para hoteles y en gestión de la presencia digital. Actualmente trabajan para más de 500 hoteles de toda España y se han expandido a Portugal e Italia. «Ya no importa tanto la marca. Si eres poco conocido pero tienes buena reputación, puedes llenar tu hotel en segundos», asegura Matheis.

En el sector hotelero, el 80% llevan a cabo acciones para cuidar su reputación en las redes, pero queda mucho por hacer porque sólo el 50% utiliza herramientas específicas para medirla y tan sólo el 20% de los hoteles tiene a una persona dedicada a estas tareas, según Matheis. «Falta formación. Antes lo gestionaba el personal de recepción, pero hacer bien la función de Community Manager no es sólo publicar en Facebook. Hay que hacer cosas profesionales», asegura.

Matheis apunta que uno de los problemas es que algunos portales de opinión no se aseguran de que el cliente ha estado en ese hotel y eso da pie a que personal descontento y incompetencia puedan hacer mucho daño. De la misma opinión es José Simón, presidente de

la Asociación de Hosteleros de Málaga (Mahos): «Las redes y plataformas de opinión crean bastante controversia en la hostelería y son un quebradero de cabeza para el sector porque cada vez son más importantes y alguien que publique opiniones falsas puede tumbar un negocio». Además, Simón señala que algunas valoraciones no son reflejo de la realidad: «Hay restaurantes que dan muy buen servicio y que no consiguen escalar en reputación y ves otros que encabezan las recomendaciones y que no son tan buenos».

### Gestión pendiente

En el caso de los hosteleros malagueños, sólo el 25% gestiona la reputación de forma profesional, según Mahos, y comentan que muchas agencias de comunicación han encontrado aquí un importante nicho de mercado. «Los que recurren a especialistas en gestión son los que enfocan la hostelería como una empresa. Pero hay que apostar por ello porque las personas que vienen de visita a la ciudad necesitan una referencia y se

finan de las recomendaciones. Es importante para sobrevivir», comenta José Simón.

Los foros de opinión y las redes sociales también han cambiado las formas de comunicar las quejas: «Se ha perdido el diá-

logo. Hay mucha gente que no protesta en el establecimiento y luego pone una mala opinión en la red», afirma el presidente de los hosteleros de Málaga. Pero, ¿Qué se puede hacer para mejorar la reputa-

ción 'on line'? «Lo mejor es ofrecer una buena calidad. Si das una buena prestación podrás tener incidencias puntuales, pero si no ofertes los estándares de calidad, te funden», sostiene la CEO de ParatyTech.

## Buscadores antes de viajar, redes sociales a la vuelta

:: A. TORRES

**MÁLAGA.** Un notable alto. Es la nota a la profesionalización de la gestión de la reputación 'on line' en el sector turístico que pone Francisco Paniagua, doctor en Ciencias de la Información de la Universidad de Málaga. «La clave del éxito es conseguir un equilibrio entre el tono a utilizar, lograr más conversación con los clientes, informar, sugerir, pedir información... eso sólo lo puede lograr un profesional de la comunicación», asegura este profesor.

Paniagua es el único andaluz que forma parte de un proyecto de investigación nacional sobre la influencia de los Social Media en la toma de decisiones turísticas y en la imagen de marca de los destinos turísticos españoles. En ese estudio, han constatado que antes de viajar, el 70% de turistas buscan información sobre alojamientos, excursiones, actividades de ocio y compras, restauración y atractivos turísticos. Esas consultas las hacen a través de buscadores (26%), páginas y blogs de viajes, en páginas oficia-

les de los destinos (14%) y en TripAdvisor (11%) entre otras. Sólo el 3% consulta en redes sociales. Cuando vuelven del viaje, el 65% se convierte en prescriptor del destino, principalmente lo hacen en redes sociales (el 81% de ellos lo hace en Facebook y el 23% en Instagram). Sólo un 14% de los que comentan lo hacen para poner críticas negativas.

Según Paniagua, el sector turístico está concienciado de la importancia de la reputación 'on line' pero no sabe sacarle todo el partido que podría.



**Perspectivas.** El sector está convencido de que imponerse a la caída invernal de la demanda no es una quimera y analiza los recursos con los que cuenta la provincia para avanzar. Convencer a los mercados potenciales de que Málaga no es únicamente sol y playa, clave para la transformación de la costa en un destino para todo el año

## Diversidad y alternativas: los medios para matar al dragón

► El plan contra la estacionalidad aprobado por la Junta, afectado por un año de inestabilidad política, está pendiente aún de su desarrollo

L. MARTÍN MÁLAGA

Se ha convertido en una apuesta fija en todas las agendas de debate. Desde los pomposos consejos de la OMT a las mesas más modestas que se organizan por la costa. El turismo, especialmente en la Costa del Sol, se ha transformado en un tema imposible de enunciar si no va acompañado, aunque sea de modo optimista, de la mención a la estacionalidad y la caída de la demanda que se produce después del verano. Por más que se endurezca la competencia, en la provincia, el sector sabe que el gran enemigo está en casa. Y que, además, es difícil de abatir, aunque últimamente, y eso es un hecho, se ha mejorado bastante en recursos y armas.

A pesar de la perseverancia del problema, y del desfallecimiento de la actividad en los meses centrales del invierno, ninguno de los grandes agentes de la industria arroja la toalla; superar la estacionalidad, aseguran, es perfectamente factible. Y más si se tiene en cuenta la evolución experimentada por el destino en los últimos tiempos, que incluye la puesta a punto de reclamos alternativos al empujamiento tradicional con el sol y la playa. El golf, el llamado turismo de salud y belleza o la cultura, atiborrada de nuevos museos, constituyen argumentos lo suficientemente sólidos como para captar la clientela fuera de la temporada alta.

Luis Callejón Suñé, presidente de la Asociación de Empresarios



Un autobús de turistas recorre el centro. ARCHINEGA

Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), pone el ejemplo del turismo ligado al deporte, que este invierno ha sorprendido favorablemente a muchos empresarios, con touroperadores, incluso, trayendo remesas de turistas para practicar disciplinas como la escalada.

El sector tiene muy claro lo que falta y pone el acento en la promoción: se necesita que todo el mundo sepa que Málaga no sólo funciona en verano. Sobre todo, en países de alto poder adquisitivo y

con un ingente volumen de personas con capacidad para moverse durante el conjunto del año. Buena parte de las esperanzas a corto plazo estaban depositadas en el plan contra la estacionalidad aprobado por la Junta, que contó en su elaboración con el grueso del tejido asociativo, pero que no acaba de arrancar, empantanado, en su vertiente presupuestaria, por los cambios de gobierno y la parálisis de la administración durante buena parte del año.

para ganar dinero. Miguel Sánchez, responsable turístico de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), insiste en que todavía queda mucho camino por delante y pone el acento en la necesidad de consensuar una política de respuesta colectiva que combine la promoción, la apertura de nuevas líneas aéreas y, sobre todo, la reducción de gastos. «Si no vamos todos a una tardaremos una infinidad en llegar al punto que queremos», sentencia.

Las cifras del primer trimestre del año reflejan, no obstante, que se ha producido un avance, fruto, en gran medida, de la coincidencia con la Semana Santa, que comenzó el 20 de marzo, y del estrechamiento del invierno, que ha pasado de extenderse, en términos turísticos, seis meses a afectar con su máximo rigor únicamente a cuatro. «La buena noticia es que la temporada cada vez abre antes», precisa Gonzalo Fuentes, portavoz del sector en CCOO.

A falta de computar los resultados finales, el crecimiento experimentado por Málaga en pernoctaciones es del 14,6 por ciento respecto a 2015. Se requieren, aún, muchos inviernos de crecimiento para invertir la inercia. Especialmente, en el empleo, que volvió a incrementarse, sí, pero en poco más de 700 personas y arrastrando un índice insalubre de precariedad e, incluso, de fraude. No todo París era una fiesta; resta mucha pala por meter en mitad de la euforia.



### Repunte de turistas y de pernoctaciones

La Costa del Sol registró en el primer trimestre 865.664 visitantes y 3,1 millones de estancias

### Más movimiento en el aeropuerto

La actividad creció en el periodo en el aeropuerto con un 11,5% adicional de plazas en los vuelos

### El apoyo adicional de la Semana Santa

La Semana Santa, que este año comenzó el 20 de marzo, sirvió para mejorar los resultados

### Crecimiento más ajustado en el empleo

El empleo se elevó un 9% entre enero y marzo, menos que las estancias

#### HOTELOS

## 130 millones en reformas

#### MODERNIZACIÓN

#### UNA PLANTA ACTUALIZADA

► Algunos de los hoteles de la Costa del Sol han aprovechado el parón invernal para reformar sus instalaciones. Una apuesta, la de la remodelación, que parece haber sido asumida en serio en los dos últimos años, con una inversión conjunta de 130 millones de euros. La planta hotelera se renueva.

#### RENTABILIDAD

## Subida aún insuficiente

#### PRECIOS

#### SIN EL LUSTRE DEL VERANO

► Los hoteleros y los empresarios coinciden en destacar que los precios y la rentabilidad aún están muy lejos de los valores que exhibían antes de la crisis. En los tres primeros meses del año, el ingreso medio por habitación fue de 31,3 euros, lo que significa un 3,9 por ciento más que en el mismo periodo de 2015.

#### GASTO

## Costes altos para el hotel

#### FACTURAS

#### HACIA LA COMPENSACIÓN

► Los hoteleros sostienen que las ganancias de la temporada chocan frontalmente con los costes de operar en invierno. De acuerdo con Aehcos, el gasto energético se ha elevado un 75 por ciento en los últimos años, a lo que se suma el precio de las cotizaciones y de mantenimiento de las instalaciones.



# Comercio, turismo y nuevas tecnologías centran el interés de los emprendedores

► El IMFE, los CADE o la AJE asesoran cada año a miles de personas que quieren poner un negocio, la mayoría para salir del paro

José Vicente Rodríguez

MÁLAGA

@josevirodriguez

■ El comercio y la hostelería, el turismo o las nuevas tecnologías son los segmentos de actividad que concentran mayor interés por parte de las personas que se plantean el establecimiento de un negocio en Málaga, gran parte de ellos parados que ven en la opción de emprender la mejor forma de obtener un empleo, según se desprende de los datos de organismos como el Instituto Municipal de Formación y Empleo (IMFE) del Ayuntamiento de Málaga, los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) de la Junta de Andalucía o la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga (AJE).

En el caso del IMFE, algo más del 70% de las casi 3.000 atenciones a emprendedores realizadas el pasado año, junto con otras 18.000 que se realizaron a través de internet, fueron a personas interesadas en poner un comercio de proximidad (el clásico concepto de tienda de barrio) o un establecimiento de hostelería, en tanto que otro 8% se decantó por negocios vinculados con el turismo, desde agencias de viajes a firmas de ocio destinadas a los visitantes y al segmento de los cruceristas o negocios vinculados a la actividades en la naturaleza.

El IMFE también destaca el avance que vienen experimentando las consultas relacionadas con el ámbito de las nuevas tecnologías (que en un año pasan del 2,5% al 5,5% igualando ya casi a las de industria o las de servicios profesionales para mejora de la calidad de vida), y que reúnen en mayor medida a un perfil de universitarios recién licenciados o reciclados de otros sectores que se plantean la constitución de negocios variados, entre ellos los relacionados con la creación de aplicaciones para los teléfonos móviles, servicios basados en páginas web y redes sociales o actividades en el segmento de calidad medioambiental y eficiencia energética.

Esta dinámica sectorial en las consultas de los emprendedores se mantiene estable en lo que llevamos de 2016, explica la responsable de la Unidad de Empresas del IMFE, Inmaculada Porras. «El comercio sigue siendo lo más demandado en cuanto a consultas, incluyendo el segmento de hostelería. Hablamos de micropymes, tiendas y negocios de barrio con las que estas personas buscan primero autoemplearse y luego gene-



Emprendedores reciben asesoramiento en la Unidad de Empresas del IMFE, en la calle Victoria. ALEX ZEA

## La falta de financiación, el principal obstáculo

El Termómetro del Emprendedor, elaborado cada seis meses por el IMFE y la AJE, reflejaba en su última edición que la principal dificultad reconocida por quienes acuden a solicitar información sigue siendo la falta de financiación (lo citaron el 45% de los casos), seguida del desconocimiento de «por dónde empezar» a la hora de establecer una empresa (30%) o la existencia de «demasiados trámites» para su puesta en marcha (en torno a un 10%). La AJE afirma que los bancos «ya están abriendo más el grifo de los créditos» pero cree también que «la exigencia de garantías sigue siendo excesiva».

rar también otras contrataciones. Pero seguimos detectando también un interés creciente por las nuevas tecnologías, y la prueba es que la mayor parte de los emprendedores que solicitan plazas en las incubadoras municipales se engloban en este ámbito. La mayor parte de la formación y de los cur-

sos que estamos ofreciendo es también sobre temas tecnológicos», apunta Porras, que destaca las sinergias creadas en Málaga por el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) y por otras iniciativas como Promálaga Urban Lab, situado en Tabacalera. Precisamente, la red completa de incubadoras municipales de Promálaga, que engloba 237 espacios de alojamiento para empresas, tuvo el pasado año un porcentaje de ocupación cercano al 85%. La estancia en estas incubadoras no es gratuita, aunque los precios sí son inferiores a los del mercado.

¿Qué ayudas hay para estos emprendedores? El IMFE tiene abierta la convocatoria 2016 del Programa de Empleo y Fomento del Autoempleo (PEFA), que incluye ayudas a fondo perdido de entre 1.200 y 1.500 euros por puesto de trabajo indefinido que se cree en las empresas, incluidos los autónomos y socios de las empresas de nueva creación. En la convocatoria de 2015 se aprobaron 613 solicitudes de un total de 774 presentadas y se concedió un volumen total de un millón de euros, lo que supuso el apoyo a la generación de casi 800 empleos. Las propuestas rechazadas lo fueron por no cumplir los requisitos -estar previamente en desempleo o llevar como mucho nueve meses de alta como autónomo o como trabajador en la empresa-, o por que se agotaron los

fondos. Ahora mismo, en lo que llevamos de 2016, el IMFE ya ha recibido casi 450 peticiones que engloban la creación de más de 500 puestos de trabajo.

Otra ayuda ofrecida por este organismo municipal es el programa de microcréditos de hasta 25.000 euros para proyectos, en el que participan Urujaja, Cajamar, Microbank Caixa y Banco Sabadell. En 2015 se concedieron 52 con un total de más de 500.000 euros de financiación. Para necesidades de inversión superiores a los 25.000 euros se puso en marcha en 2014 el Proyecto Tandem, que incluye un coaching empresarial para las empresas seleccionadas y una segunda fase consistente en un Foro de Inversión donde estas empresas pueden acceder a potenciales inversores y exponerles sus necesidades de financiación.

## Ideas por consolidar

Los datos de los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) de la Junta de Andalucía también constatan que los servicios son el «sector estrella» para los emprendedores, según detalla el director provincial de Andalucía Empleo, Gabriel Clavijo. De las 2.764 nuevas empresas impulsadas a lo largo de 2015 por los 26 CADE que hay en Málaga, y que generaron más de 3.500 empleos, el 81% se englobó en este apartado, con el comercio, la restauración y el tu-

rismo como segmentos primordiales.

El resto de los que constituyeron sus empresas con el asesoramiento de los CADE optó por el ámbito de la construcción, la industria y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En el apartado tecnológico, Clavijo destaca áreas como la realidad virtual, los videojuegos y las aplicaciones para móviles. Según sus estimaciones, en 2015 se atendió a unos 8.000 malagueños interesados en poner una empresa aunque la cifra final de los que finalmente dieron el paso se quedó en un tercio.

«El perfil mayoritario es el de jóvenes que están en el desempleo y que tiene una idea de negocio que necesitan consolidar. Hay algunos casos de personas con trabajo que buscan nuevos horizontes y desean emprender pero es verdad que son los menos. El perfil del emprendedor es un desempleado, entre las franjas de 26 a 35 años o de 36 a 45. Y para la gran mayoría, se trata también de su primera experiencia empresarial», explica.

Los CADE ofrecen un servicio gratuito de atención personalizada al emprendedor que incluye el diseño del proyecto y del plan de empresa, la consulta acerca de los trámites de constitución y orientación sobre la forma jurídica a



La Junta de Andalucía tiene uno de sus CADE en la sede del Instituto de Estudios Portuarios. ÁLEX ZEA

► VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

adoptar. Además, una vez constituida la empresa, el emprendedor puede solicitar una estancia de incubación de entre uno y tres años, también gratuita, en los CADE que están habilitados para alojar empresas.

Clavijo afirma que el 74% de las empresas que son tutorizadas y acompañadas durante sus primeros años de vida en los CADE logran consolidarse y sobrevivir, según el seguimiento posterior que se realiza a las mismas. Según comenta, Andalucía Emprende no dispone de ayudas económicas al emprendedor pero sí asesora a éstos sobre todas las que pueden solicitar de las distintas administraciones, incluida la Junta.

Por su parte, la Asociación de Jó-

venes Empresarios de Málaga (AJE), que atiende las consultas de más de un millar de emprendedores cada año, ratifica que el comercio y la hostelería son los segmentos mayoritariamente elegidos para emprender. «Son los sectores refugio a los que suelen acudir las personas que se quedan en desempleo, porque no requieren de una necesaria especialización formativa. En cualquier caso, vemos que se están introduciendo muchos conceptos nuevos en los nuevos comercios o negocios de restauración que se abren, algunas de ellas importadas desde el extranjero. Es una época muy interesante, con un gran bullicio de ideas», comenta la gerente de la AJE, Mar Recuna.

Otros segmentos de interés son el turismo, la consultoría y las

nuevas tecnologías, en este caso con un perfil de emprendedor con formación universitaria, que acude ya con un esbozo del plan de empresa y que se interesa principalmente por cuestiones como la búsqueda de financiación.

«El principal problema que siguen encontrando los emprendedores es poder financiar la puesta en marcha de la empresa. Nosotros tenemos un convenio propio firmado con Unicaja para el tema de los créditos y también solemos derivar al GME o a los CADE», afirma.

Recuna añade que, para muchos de los que no acceden a incubadoras de las administraciones, el principal «lastre» en los inicios es el pago del alquiler del local que ocupan, ya que el mercado está instalado en precios muy altos.

## Casi 160 parados piden cada mes la capitalización del desempleo

La opción del autoempleo ha ganado peso en los años de la crisis ante la falta de perspectivas laborales

JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ MÁLAGA

La creciente apuesta por el autoempleo tiene su reflejo en el aumento del número autónomos que viene experimentado Málaga en los últimos años y que le ha servido para superar los niveles previos a la crisis y moverse en cifras récord. Actualmente hay 107.812 personas de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), con un incremento de cerca de 10.000 cotizantes desde inicios de 2014. El hecho de que muchos desempleados sigan optando por capitalizar el paro en un pago único para montar un negocio como autó-

nomos ante la falta de perspectivas laborales es una de las claves del repunte, afirman diferentes colectivos. Según los datos del Servicio Público Estatal de Empleo (SEPE), cerca de 1.900 desempleados, a un ritmo de casi 160 al mes, cursaron en Málaga la solicitud en 2015, una cifra cercana a los máximos que se registraron en ejercicios anteriores y que sigue demostrando el interés por esta modalidad. Entre enero y mayo de 2016, el SEPE ha recibido otras 600 peticiones.

Los datos acumulados reflejan que más de 16.800 desempleados en Málaga han solicitado la capitalización del desempleo desde 2008, cuando empezó la crisis, para darse de alta como autónomo (la opción mayoritaria, nueve de cada diez casos) o para formar parte de una cooperativa o de una sociedad laboral. Casi el 85% de los solicitantes vieron atendida

su petición. En los casos restantes fue denegada, bien porque el solicitante no cumplía los requisitos, porque no le quedaba suficiente prestación por cobrar o porque el negocio en cuestión ya estaba en marcha cuando pidió el pago único (un error muy frecuente de los solicitantes, según el SEPE).

Desde septiembre de 2015, la reforma de la ley de Fomento del Trabajo autónomo y de la Economía Social reconoce además a todos los parados la posibilidad de capitalizar el 100% de la prestación. Hasta entonces, ese 100% había estado reservado a jóvenes y el resto sólo podía acceder al 60%.

La prestación se puede usar de tres formas: capitalizando el 100% en un único pago, capitalizando sólo una parte y usando el resto para el abono de cuotas a la Seguridad Social, o bien destinando el total de la prestación al abono de las cuotas.

# La UMA saca a concurso la construcción de la nueva Facultad de Psicología por 34 millones

FRANCISCO GUTIÉRREZ



✉ fgutierrez@diariosur.es

La empresa adjudicataria dispondrá de un plazo de dos años para levantar el edificio, situado en la ampliación de Teatinos

**MÁLAGA.** Con la publicación este pasado miércoles día 11 en el Diario de la Unión Europea del anuncio oficial de la licitación de las obras, la nueva Facultad de Psicología de la UMA está más cerca de hacerse realidad. La obra sale a concurso por algo más de 28 millones de euros, más el iva, que son otros 6 millones, lo que hace un coste total de algo más de 34 millones de euros. Aunque ahora las ofertas de las empresas interesadas puedan rebajar ese precio de salida.

Según el pliego de condiciones, la empresa adjudicataria dispondrá de dos años para realizar las obras, según el proyecto de ejecución recientemente aprobado, obra de los



El decano y la vicerrectora de SmartCampus, con los arquitectos durante la presentación del proyecto. :: SUR

arquitectos Eduardo Pérez y Miguel Ángel Sánchez. Las ofertas se pueden presentar hasta finales del mes de junio, por lo que las obras podrían comenzar ya con el próximo curso académico.

La parcela donde se ubicará el edificio tiene una superficie de algo

más de nueve mil metros cuadrados. El proyecto inicial que ganó en su día el concurso de ideas, 'Muros de Luz', de LLPS Arquitectos, se basaba fundamentalmente en su apuesta por las medidas de sostenibilidad, una característica que se mantiene en el proyecto definitivo,

que sufrió algunas modificaciones ya que AENA rechazó la altura del edificio alegando la servidumbre aérea que deben respetar las nuevas construcciones en el entorno del aeropuerto de Málaga.

El nuevo edificio de la Facultad de Psicología irá situado en el extremo

opuesto a su actual ubicación. Ahora comparte espacio con Ciencias de la Educación y está más cerca de la ciudad. La edificación se sitúa sobre la parcela de terreno que está frente a la Facultad de Ciencias de la Salud. Se divide en dos partes claramente diferenciadas: la oriental, con un pabellón transparente de una sola altura que alberga las zonas comunes del proyecto, y la occidental, que incluye la parte del edificio que se encuentra elevada, donde se desarrollan el resto de los usos. Dichas zonas quedan conectadas mediante un gran jardín de luz descubierto, que conecta la parte exterior cubierta y la parte interna acristalada de todo el área de planta de acceso.

## Nuevas construcciones

La vicerrectora de Smart-Campus, Raquel Barco, indicó que el proyecto de ejecución es muy parecido al básico, que se presentó en su momento. Se mostró confiada también en que el plazo de dos años se pueda reducir a unos 20 meses, por lo que profesorado y alumnado podrían trasladarse a las nuevas instalaciones ya en el curso 2018/19.

La UMA ha previsto en sus presupuestos de este año una partida de 4,8 millones. Para 2017 hay previstos otros 16 millones y para el año 2018 otros 13,5 millones.

La ampliación de Teatinos seguirá creciendo con el nuevo Pabellón de Gobierno, donde se trasladará el Rectorado, con el concurso para el proyecto pendiente de publicación. La misma situación administrativa del proyecto paisajístico del bulevar.

# El desempleo de larga duración se enquistaba en Málaga pese a la mejora del mercado laboral

El retrato robot del parado con más de un año de antigüedad es una mujer mayor de 45 años con bajo nivel formativo



**NURIA TRIGUERO**

✉ ntriguero@diariosur.es

sueños, contratos a tiempo parcial-, es innegable y parece que va a continuar a buen ritmo este año. Sin embargo, hay un problema enquistado en el mercado laboral malagueño que está lejos de resolverse: el paro de larga duración. El colectivo de personas

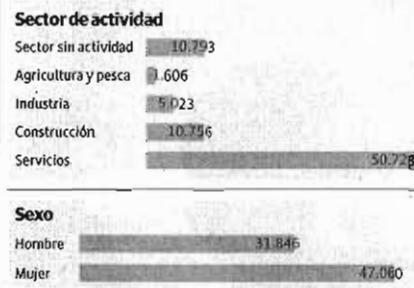
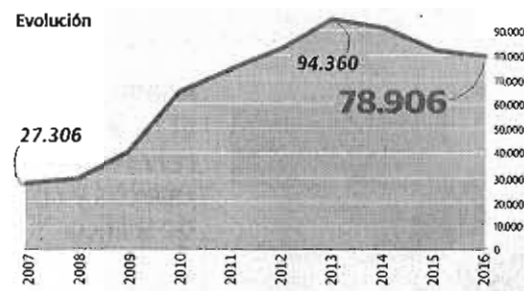
que llevan más de un año buscando trabajo marcó un máximo de 94.000 en 2013 y después ha ido bajando ligeramente, pero a día de hoy sigue cerca de los 80.000. Casi la mitad de los parados (el 44%, para ser exactos) es de larga duración. Y de éstos, la mayoría (casi siete de cada diez) son de muy larga duración: llevan más de dos años esperando una oportunidad.

¿Cuál es el retrato robot del parado de larga duración en Málaga? Los datos facilitados a SUR por el Observatorio de las Ocupaciones del Ser-

vicio de Empleo Público Estatal ayudan a construir uno bastante fiable. Mujer, mayor de 45 años, con bajo nivel formativo y procedente del sector servicios: éste es el perfil más habitual. Y es que seis de cada diez parados con más de un año de antigüedad son mujeres, el 83% carece de estudios superiores y casi el 65% se encuadra en el sector servicios, aunque hay que



## Radiografía del paro de larga duración en Málaga



Fuente: Observatorio de las Ocupaciones del Servicio de Empleo Público Estatal

**RUTH BARCENILLAS** 39 AÑOS. ÚLTIMA NÓMINA: 2013

### «He tenido que pedir comida, pero nunca he perdido la esperanza»

MÁLAGA. Puede que Ruth Barcenillas esté parada en el sentido laboral, pero no se puede decir que no se mueva. «Tienes que programarte obligaciones; al menos yo, que soy muy activa y si no hago cosas me como la desidia. Por la mañana voy a echar currículums; por la tarde, si no me sale alguna casa que limpiar, me voy a hacer malabares a los semáforos», afirma esta malagueña de 39 años recién cumplidos que cobró su última nómina en 2013. Fue en Madrid, ciudad a la que se había mudado para trabajar en lo que más le gustaba: el montaje de espectáculos audiovisuales. «Era un trabajo inestable, pero me

daba para vivir», afirma. La crisis afectó de lleno a este negocio, asegura, y dejaron de llamarla. No tenía derecho ni al subsidio de desempleo. «Tuve que dejar mi piso para mudarme a una habitación, fui gastando mis ahorros... y un día me vi pidiendo comida», recuerda. En ese punto decidió volver a Málaga, donde su hermano le cedió una vivienda. «Me fui de casa muy jovencita y siempre he sido autosuficiente, pero ya no tenía otra opción», afirma.

Menos la edad -no llega al umbral de los 45 años-, Ruth comparte los rasgos mayoritarios de los parados de larga duración: mujer, con estudios

básicos (EGB) y encuadrada en el sector servicios. Ha viajado mucho y trabajado en mil cosas: cuidando a discapacitados, limpiando, en hostelería, en la vendimia francesa, en productoras audiovisuales... hasta tiene el carné de camión. Ninguna de estas experiencias, ni los idiomas que habla -inglés e italiano- le ha ayudado a conseguir un trabajo en condiciones en los últimos tres años. «Me salen cosas, pero siempre sin contrato: limpio casas, me llaman algunos fines de semana de un bar, estuve un mes en una residencia canina, le 'currado' en la Feria de los Pueblos de Fuengirola...», desgana.



Ruth Barcenillas, entregando un currículum. :: FERNANDO GONZÁLEZ

Para Ruth, lo peor de estar en su situación es «no depender de ti misma», pero asegura que no siente vergüenza por pedir ayuda y que nunca ha perdido «la esperanza ni la fe». Además, está convencida de que «si eres negativa sólo atraes lo negativo». Ahora está ilusionada porque la han seleccionado para un curso de limpieza aeroportuaria que organiza la asociación ArrabalAID (dentro del Programa Incorpora de la Obra Social La Caixa) que

incluye prácticas en una empresa. «Voy a darlo todo», asegura. Llama la atención que en su testimonio no deslice ni una queja. Tan sólo lanza una sugerencia: «Tardé un año en encontrar un orientador laboral. En mi oficina de empleo no había ninguno. Y cuando por fin lo encontré, en Arrabal, me ha ayudado mucho. Creo que falta información y asesoramiento para los desempleados; damos muchos cursos de ciego», afirma.

## Limpiadores, vendedores y administrativos son las profesiones más castigadas

resaltar la alta incidencia relativa del paro de larga duración en la construcción y la industria, donde más de la mitad de los parados llevan más de un año buscando trabajo. Por último, pero no menos importante, está la edad como factor de riesgo. Los mayores de 45 años representan el 62% del total y, además, es esta franja generacional la más estancada: apenas se ha movido en los últimos tres años pese a la bajada generalizada del paro.

¿Cuáles son las profesiones con más paro enquistado en Málaga? En primer lugar está la limpieza de oficinas y hoteles, con más de 11.600 desempleados de larga duración. Le siguen los vendedores de tiendas y almacenes (9.440), los empleados administrativos (6.630), los peones de industrias manufactureras (4.293), los peones de construcción (3.801), los camareros (2.859), los albañiles (2.330), los cocineros (1.707), los trabajadores agrícolas (1.297) y los peones de transporte de mercancías (1.225). Todas son ocupaciones de baja cualificación. Según el 'ranking' facilitado por el Observatorio de las Ocupaciones, los universitarios que más paro de larga duración soportan en la provincia son los maestros de primaria (299), los psicólogos (194) y los abogados (175).

Es un problema complejo el que plantea el paro de larga duración. En ello coinciden todas las instituciones y los profesionales que trabajan por la inserción laboral. Para empezar, se genera un círculo vicioso: cuanto más tiempo se lleva en paro, más cuesta encontrar trabajo. «Cuan-

do uno lleva mucho tiempo desconectado del mercado laboral es muy difícil volver. Tanto por la propia desmotivación del afectado como por las empresas, que se resisten a contratar a quien haya estado más de un año sin trabajar», afirma José Antonio Naveros, coordinador de la asociación Arrabal-AID. La estrategia que sigue en esta ONG se basa en «intentar reconectar a estas personas con el mercado laboral mediante cursos y prácticas en empresas», «Que les vean actuar es la mejor forma de romper prejuicios», apunta. Sin olvidar el trabajo psicológico con los afectados, que «no es menos importante», según Naveros. «Son personas que sufren un continuo rechazo, ni siquiera acceden a entrevistas de trabajo. Los orientadores trabajan con ellos para reforzar su autoestima y su motivación. Hemos descubierto que el trabajo grupal funciona bastante bien», afirma.

### Falta formación

El gerente del Instituto Municipal para la Formación y el Empleo, Enrique Nadales, afirma que el problema tiene perspectivas «distintas según la edad». Con los jóvenes, la estrategia es «la formación con orientación muy práctica». «En el IMFE apostamos por la formación dual, que va de la mano de empresas», apunta. Sin embargo, a un parado de más de 45 años «no se le puede enseñar otra profesión», opina. «En este caso la solución debería ir por la vía de bonificar a las empresas que den una oportunidad a personas de esta edad», afirma. En esta línea deberían ir las políticas activas de empleo, «cuando las haya, claro», concluye Nadales.

En este punto confluyen las críticas de todos los que trabajan por la inserción de los parados de larga duración. «Llevamos tres años sin formación para el empleo en Andalucía», recuerda Naveros, quien lanza otra reflexión: «Quizá si los planes de empleo de la Junta subvencionaran contratos en empresas en vez de en ayuntamientos serían más productivos. ¿De qué sirve tener a 700 personas trabajando tres horas al día durante unos meses, y luego mandarlas de vuelta a la cola del paro?», inquiere.

# Málaga ya tiene listas 40 plazas para acoger a refugiados de manera inminente

El dispositivo para que el Gobierno asigne los alojamientos que cede Cáritas y que gestionarán CEAR y ACCEM se pone en marcha esta semana

:: ANA PÉREZ-BRYAN

**MÁLAGA.** Si las cosas marchan según lo previsto y la burocracia no pone obstáculos en un camino ya de por sí bastante empinado, es posible que varias familias de refugiados pasen a ocupar desde finales de esta semana alguna de las 40 plazas que la capital ya tiene listas para entrar en servicio de forma inminente. Eso ocurrirá cuando entre hoy lunes y mañana se notifique a la Oficina del Refugiado a través del Ministerio de Empleo que ya disponer de los pisos propiedad de Cáritas que en los últimos meses han sido reformados y que desde ahora pasarán a gestionar CEAR y ACCEM, dos de las ONG que prestan atención a los demandantes de asilo en la provincia (la tercera es Cruz Roja).

Una vez cubierto este cauce oficial, «las primeras familias podrían llegar en el plazo de unos días, incluso en la misma semana», según cálculos de Francisco Cansino, el coordinador de CEAR en Málaga. La duda sin embargo está en la procedencia de los refugiados acogidos, es decir, si son del cupo oficial europeo o si por el contrario son demandantes de asilo que llegan a Málaga por otras vías de entrada.

No parece probable el primero de los supuestos, ya que a pesar de que España se comprometió a acoger a 16.000 refugiados, hasta el momento sólo han llegado 18. Del resto nada se sabe, a la espera de que Europa solución a la cri-



Un operario coloca una lámpara en uno de los pisos. :: A. CABRERA

## A finales de mes se sumarán otras 38 plazas en el convento de Santa Eufemia en Antequera

sis de fronteras que lejos de aportar soluciones deja estampas desoladoras.

Con esta opción prácticamente descartada, la Oficina de Asilo podría optar por la segunda opción: asignar a Málaga los demandantes de asilo que entran por otras vías. Es el caso de los que llegan al Centro Temporal de Inmigrantes de Melilla (CETI) después de haber cubierto la ruta del Norte de África, pero también de muchos otros que llegan por carretera, barco o avión huyendo de los conflictos en sus países de origen y cuyas vidas corren peligro si no piden asilo. Y desgraciadamente en este grupo no

sólo están los sirios. También hay ucranianos, eritreos, malienses, iraquíes o iraníes, de modo que el Gobierno podría optar por dar atención a este grupo en esta primera asignación de los pisos que ya hay listos en Málaga.

Los trece apartamentos se encuentran en Pozos Dulces y en Campás de la Victoria y suman 40 nuevas plazas a las ya disponibles en la capital. En este sentido, CEAR ha abierto además 37 de asilo extraordinario que se suman al centenar habitual; mientras que ACCEM incorpora a su servicio las 20 plazas que aporta Cáritas en los pisos de Pozos Dulces. Las otras 20, de Campás de la Victoria, serán gestionadas por CEAR.

Por otra parte, también está previsto que en la provincia se amplie en breve la red de acogida a los refugiados con la puesta en marcha -previsiblemente para finales de mayo- de 38 nuevas plazas en Antequera, en concreto en el Convento de Santa Eufemia y cedidas por la Orden de las Mínimas.

# «Torremolinos aún tiene que dar un paso para captar turismo de calidad»

Juan Vallejo Presidente de la Asociación de Empresarios de Torremolinos



ALBERTO GÓMEZ

En Twitter: @Agalmendres

## TORREMOLINOS

El presidente de la ACET apoya la peatonalización y asegura que el parque comercial y de ocio «será un pequeño pueblo integrado en la ciudad»

Torremolinos encara el principal cambio urbanístico de las últimas décadas. La peatonalización del centro y la creación de un gran parque comercial y de ocio serán claves en la regeneración de la localidad costasoleña, cuyo horizonte se presenta repleto de nuevos retos. El presidente de la Asociación de Comerciantes y Empresarios (ACET), Juan Vallejo, incide en la necesidad de que los emprendedores locales lideren la reactivación del municipio. ¿Cuál es el estado actual del tejido empresarial y comercial de Torremolinos?

—Se está notando un repunte, aunque el poder adquisitivo continúa siendo bajo y va por barrios. Tenemos que dar un paso para captar turismo de calidad. No todas las tiendas están funcionando como nos gustaría, aunque es cierto que se ve una mejora general.

—¿Está de acuerdo con que la crisis se ha agravado en Torremolinos por el envejecimiento de los modelos de negocio?

—Torremolinos tiene el cuarenta por ciento de la capacidad de camas de la Costa del Sol. Eso tiene un gran valor, pero para llenar tantos hoteles hay que bajar precios, a veces incluso con dificultad para cubrir gastos. En cuanto Torremolinos tenga tirón con una oferta interesante, la gente vendrá y subirán los precios.

—¿Cuál es la posición de su asociación respecto a la peatonalización del centro urbano?

—Era una de nuestras grandes demandas. Lo reclamábamos desde 1999.

—¿Está de acuerdo con que se haya proyectado en la plaza Costa del Sol y sus alrededores?

—Sí. Que pasen coches por el centro de las ciudades ya no tiene sentido. Estamos de acuerdo en la necesidad de convertir esas calles para vehículos en calles comerciales, aunque en nuestra opinión se podría haber hecho de otra forma. Se ha cortado el tráfico mientras se busca financiación y se hacen estudios, cuando lo más conveniente hubiese sido hacer un estudio, buscar financiación y entonces peatonalizar.



Juan Vallejo es presidente de la ACET desde enero, cuando relevó a Carlos Rodríguez. 11 A. 6.

—¿Cree, entonces, que el equipo de gobierno se ha precipitado?

—Todo está encima de la mesa. Han consultado a la ciudadanía y se han pedido fondos europeos, pero hay que decidir cómo será el proyecto. Nosotros hemos hecho varias propuestas.

—¿De qué tipo?

—La apuesta tiene que ser decidida, por parte del Ayuntamiento y también de los comerciantes. A Torremolinos, con el parque comercial y de ocio, van a venir grandes marcas que se encargarán de hacer una promoción fuerte, pero nosotros debemos estar ahí. El balcón de la casa de María Barrabino debería ser, independientemente de que haya un museo en su interior, un escenario de cara a la plaza Costa del Sol. Ya vemos la cantidad de actividad que hay en La Nogalera en torno a su pérgola.

—¿Qué otras propuestas han trasladado al Gobierno local para el futuro bulvar?

—Hay que aprender de quien lo hace bien. Dos de los éxitos de Plaza Mayor son los cines y la pantalla gigante. Sería positivo que se retransmitieran partidos de fútbol e incluso películas. Y, sobre todo, habrá que realizar actividades en horario comercial, no sólo los fines de semana.

—¿Y en cuanto a la oferta gastronómica de la nueva zona peatonal?

—La sol es nuestro mayor reclamo y las terrazas son fundamentales. Habrá que cuidar el tema de la sillería y de los toldos, pero hay que convertir la zona en un punto de encuentro gastronómico.

## LAS CLAVES

Sobre el futuro bulvar:

«Sería positivo que en la zona peatonal hubiese cines y una pantalla gigante para retransmitir partidos»

Sobre el proyecto de Intu:

«Al parque comercial y de ocio vendrán grandes marcas, pero las empresas locales deben estar ahí»

—¿Qué opina de la ordenanza que pretende homogeneizar la estética de las fachadas y los elementos publicitarios del centro?

—Es un tema complejo que requiere un análisis profundo de cómo están esas fachadas y de cómo queremos que estén, porque no vale con saber lo que no nos gusta, también hay que saber qué nos gusta. Si se le pide a un comerciante que retire un rótulo quizá tenga que contratar a un camión grúa, y luego tiene que pagar otro cartel más pequeño y en la fachada se le quedan los boquetes y debe cerrarlos... Es un asunto que debe abordarse con sensibilidad.

—La ACET estuvo ligada durante años al partido que gobernaba. ¿Se ha hecho un uso partidista de las asociaciones de empresarios?

—En Torremolinos hay más de 4.000 comercios. Hay espacio para cual-

quier organización. La ACET convivía con el equipo de gobierno igual que lo hacía antes, pero rechazamos posicionarnos. Ningún miembro de la junta directiva está afiliado. Llevamos 26 años y tenemos estatutos y organigrama propios. Cualquier tema que afecte a la generalidad pasa por la asamblea.

—¿Por qué llevó la ACET el parque comercial y de ocio a los tribunales?

—El PGOU no reunía las condiciones necesarias. Se estaba proyectando un centro comercial en terrenos donde la planificación urbanística no recogía edificabilidad.

—¿Y qué ha cambiado para que ahora hayan firmado un convenio con los promotores?

—El Ayuntamiento ha introducido varias modificaciones en el PGOU. Hemos negociado durante años con los promotores y por fin hemos llegado a un acuerdo para que haya sinergias en vez de competencia. El convenio que hemos firmado con Intu recoge un 'lobby' compuesto por representantes de su empresa y de la ACET. Además, parte de nuestra junta directiva estará en la suya, y viceversa.

—¿Qué plantea ese acuerdo?

—Se trata de que sea un pequeño pueblo dentro de una gran ciudad. No será un centro comercial alejado del centro, sino que estará integrado en Torremolinos. El convenio también contempla mejoras en la entrada al municipio desde Málaga. En el acuerdo, Intu se compromete en invertir, como mínimo, tres millones de euros para adecuar la entrada a Torremolinos.