

Departamento de Comunicación



cem

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 2 DE JUNIO DE 2016



CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA

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

MÁLAGA

El Ayuntamiento quiere tener el diseño de la 'nueva' Alameda a principios de 2017

● Abre un proceso para recibir las ideas de los vecinos y, sobre ellas, definir la actuación final en el eje ● Aunque sin un marco previo, meses atrás apostó por peatonalizar los laterales norte y sur

Sebastián Sánchez MÁLAGA

El Ayuntamiento de Málaga se pone manos a la obra para tener a principios de 2017 definido el proyecto con el que transformar la estampa actual de la Alameda Principal y afrontar el reto de hacer que este eje urbano "deje de ser invisible". La intervención se pone sobre la mesa con el objetivo de aprovechar los trabajos del Metro ya en marcha, y la culminación de los mismos, para hacer realidad una de las históricas aspiraciones de la ciudad.

¿Una Alameda completamente peatonal? ¿Sólo con los laterales norte y sur? ¿Sólo con el eje central? ¿Con la posibilidad de soterrar parte del tráfico que ahora la atraviesa? Lejos de lo ocurrido de manera tradicional en este tipo de discusiones, en esta ocasión el Consistorio, de la mano de la Gerencia de Urbanismo y el área de

Javier Pérez de la Fuente
Jefe de Arq. y Planeam

Es inexplicable que sea invisible; los ciudadanos pasan por ahí para llegar a un sitio más agradable"



Javier Pérez de la Fuente, ayer, en el encuentro con los vecinos.

Participación Ciudadana, pretende innovar en el procedimiento, de manera que se elnde cualquier premisa de actuación y se opta por recoger las ideas de los colectivos vecinales y sociales de la capital.

Serán las aportaciones que realicen estos mismos vecinos y ciudadanos, según incidió ayer el jefe de Arquitectura y Planeamiento de Urbanismo, Javier Pérez de la Fuente, las que crearán una base sobre la que el aparato técnico empezará a construir el esquema final de intervención. Conforme a los calendarios manejados, el proceso de recepción de sugerencias se extenderá en el tiempo durante unos tres meses, de manera que a finales de septiembre o principios de octubre "pueda presentarse una propuesta inicial".

Si bien ni Pérez de la Fuente ni Juan Antonio Marín, jefe de servicio del mismo departamento, eludieron en todo momento poner coto a las iniciativas ciudadanas, los antecedentes técnicos vienen a marcar de manera clara la hoja de ruta que, en el plano formal, afectarán al proyecto final. Entre ellos el hecho de que los trabajos que acomete el Metro se localizan en la

"Hay que soterrar el tráfico desde el Hospital Noble a El Corte Inglés"

En el ejercicio de escuchar las ideas de los vecinos, una se repitió en varias ocasiones. "Hay que soterrar el tráfico en la Alameda", vinieron a demandar algunos de los participantes en el acto de ayer, solución que, desde su punto de vista, permitiría mantener la zona como eje de comunicación, al tiempo que generaría en superficie una gran zona peatonal. Pero "¿hay partidas económicas?", preguntó uno de los vecinos, seguramente inseguro ante el planteamiento. No hubo respuesta. Las dos cuestiones, a tenor del proceso ahora abierto, serán mercedamente contestadas en su momento. "Yo tomaría la decisión de una puñetera vez de hacer un proyecto ambicioso y soterrar todo el tráfico desde el Hospital Noble hasta El Corte Inglés", dijo Marcelino, de la Asociación de Comerciantes de La Malagueta, quien, frente a los que reclaman recuperar la imagen de la Alameda del siglo XIX, optó por una Alameda "del siglo XXIV". En el

parte norte de la Alameda, lo que generó un acuerdo oficial con el Consistorio para peatonalizar esta franja de suelo una vez cerrada la cicatriz del suburbano. Ante esta maniobra, que sería costeada por la Administración regional (con unos 7 millones de euros), el equipo de gobierno del PP defendió la necesidad de extrapolar la intervención también al lateral sur, empleando para ello un diseño unita-

rio. Para ello incluso ha reclamado 8 millones de fondos europeos. Ante este escenario, ayer, en la primera de las sesiones de la asamblea ciudadana, Pérez de la Fuente fue claro aunque no concluyente: "Las obras del Metro obligan a transformar la Alameda; se va a renovar la acera norte y eso no se puede entender sin tener un proyecto unitario para toda la Alameda". Si señaló la imposibilidad re-

seno de la Federación Unidad doble criterio. Uno de los intervinientes defendió la fórmula del soterramiento, el otro, Juan Campoy, se quedó con no hacer una nueva Alameda, "sino recuperar la Alameda". "Sacarla la cochera de autobuses, que tenga menos tráfico, que no sea una vía de paso", expuso. En esta misma línea, el representante de la Plataforma Ciudadana de El Perchel incidió en recuperar el antiguo salón Bilbao, como se denominó la Alameda en sus orígenes. "La Rambla de Barcelona tiene 30 metros, la Alameda, 84; la de cosas que se pueden hacer ahí", dijo esperanzado.

al de eliminar por completo el tráfico que pasa a día de hoy por el eje e incidió en la idea de la "coexistencia", aunque ganando el mayor espacio posible para el ciudadano. En el encuentro de ayer, al que acudieron varias decenas de representantes vecinales y comerciantes, los técnicos de Urbanismo hicieron un repaso histórico de lo que fue y de lo que es hoy la Alameda, llegando a la conclu-

sión de la necesidad de intervenir sobre la misma. Una de las diapositivas mostradas, donde se señalaba el nivel de interacción de los peatones con el espacio urbano, se observaba una masiva vinculación con zonas como Larios, el Paseo del Parque, el entorno de los monumentos y la zona del puerto abierta a la ciudad, pero no con la Alameda.

"Es inexplicable que la Alameda sea invisible", reflexionó Pérez de la Fuente. A su juicio, ello se debe a que se ha convertido "en un corredor funcional para los vehículos e incluso para los ciudadanos, que pasan por ahí rápido para llegar a otro sitio más agradable", expuso el jefe de Arquitectura, que insistió en que a pesar de la riqueza del espacio "no lo vemos porque simplemente pasamos".

Por ello, subrayó la "oportunidad" que se presenta para intervenir en un escenario urbano que, como apuntaron, tiene en los desniveles físicos de la calle, en la masiva presencia de coches, en la acumulación de paradas de autobuses de la EMT, señalándose la existencia de "una sobreocupación" de los mismos, algunos de sus principales rasgos.

En busca de equipos de fútbol y turistas

► La Costa del Sol crea una marca para potenciar el turismo deportivo y atraer las concentraciones de los grandes clubes

L. MARTÍN MÁLAGA

► @opinlondemalaga

■ Turismo Costa del Sol, la empresa pública surgida a partir de la reconversión del antiguo Patronato, presentó ayer en Málaga su nueva apuesta para reforzar el protagonismo de la provincia en el turismo deportivo, un sector que mueve al año en España a más de trece millones de personas y en el que el destino todavía cuenta con un amplio margen de crecimiento.

La estrategia de la institución, que lleva por nombre Sport Destination, pasa por ampliar las posibilidades de actividades en curso y de éxito como el golf y los deportes náuticos y ganar terreno en un ámbito con enorme potencial económico: el de ofrecer la infraestructura de la provincia como sede para las campañas de concentración de equipos de fútbol nacionales e internacionales.

Sobre este último punto, el presidente de Turismo Costa del Sol, Elías Bendodo, recordó que Málaga ya tiene experiencia y que, además, dispone de una amplia red de instalaciones, con más de 300 campos de alto rendimiento. «Estamos hablando de un turista de élite, el futbolista, con alto poder adquisitivo», abundó.

La apuesta por el fútbol que viene aparejada a la creación de Sport Destination se apoya en el buen resultado obtenido en estancias previas. De hecho, la temporada pasada, un total de 126 equipos utilizaron la Costa del Sol para preparar sus competiciones. Históricos como el Dinamo de

Las cifras

13 MILLONES

Los números de España

► El turismo deportivo aporta anualmente a España 13 millones de turistas, 10,5 de ellos, internacionales. Además, la actividad genera un impacto tasado en 12.000 millones. La provincia confía en que su aportación sirva para mejorar el invierno.

Kiev, el Mainz 05 o el Feyernord figuran en la lista, clubes, en suma, procedentes de latitudes con un clima poco propicio en invierno para entrenar el aire libre. Es precisamente este factor, el de la temperatura, el que anima a Bendodo, que cree que la provincia suma argumentos de sobra para adentrarse en esta nueva aventura con seguridad «y recorrido».

El interés de la provincia en este sector se justifica, de hecho, no sólo en la oportunidad de profundizar en otro espectro del mercado turístico, sino en la de hacerse con un tipo de clientela que, por sus preferencias, está perfectamente facultado para ayudar a reducir las todavía aplastantes diferencias que existen entre la demanda de verano y la de los meses más tibios. La



Foto de familia de la presentación, con la cúpula de Turismo Costa del Sol. LA OPINIÓN

llamada estacionalidad, pese a la mejora experimentada en los dos últimos años, continúa siendo acuciante y provocando problemas subsidiarios. El más grave, el cierre temporal de hoteles, que es donde Turismo Costa del Sol aspira en último término golpear con la presencia constante de equipos de fútbol y de deportistas de disciplinas como el waterpolo.

De momento, y mientras se dota de planes de desarrollo específicos, la nueva marca ya ha despertado la atención de muchas empresas, que quieren aprovechar el impulso para financiar la construcción de nuevas insta-

laciones profesionales en la provincia, explica Arturo Bernal, gerente de la empresa pública.

Sport Destination se añade al conjunto de marcas específicas puestas en marcha por Turismo Costa del Sol, que, desde hace cinco años, y en consonancia con los nuevos tiempos de la industria, aboga en su estrategia por la diversificación y la conquista especializada de cada grupo de turistas. El reforzamiento del turismo del deporte se incorpora a una ofensiva de promoción que ya está estructurada en ámbitos de incidencia como el golf, la cultura, el lujo o los congresos.



Experiencia previa

Un total de 126 equipos eligieron en 2015 la Costa del Sol para sus precampañas.

Entre ellos, el Dinamo de Kiev y el Mainz 05

La Costa del Sol combatirá sus debilidades con turismo deportivo

Crea el segmento 'Sport Destination' para dar un paso más hacia la desestacionalización

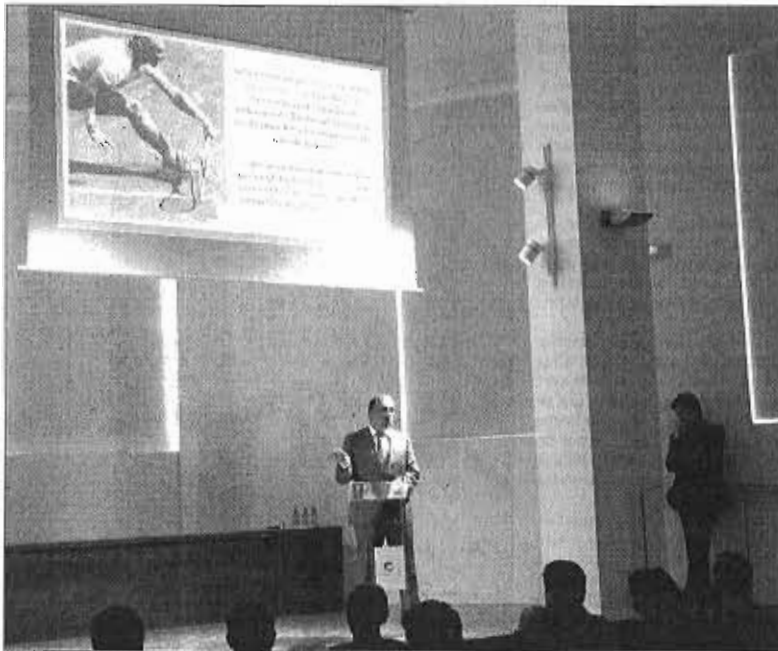
MERCEDES LARA MÁLAGA

La empresa Turismo Costa del Sol presentó ayer la marca Sport Destination, una nueva apuesta por la segmentación del destino, en este caso vinculada directamente con el ámbito deportivo, y con el objetivo clave de dar un paso más en la desestacionalización.

Así lo avanzó su presidente, Elías Bendodo, quien destacó que «este producto ataca directamente la línea de flotación de nuestra principal debilidad como destino». Se refería con ello a la temporada baja de entre los meses de enero y marzo, «los más complicados para los empresarios y en los que todavía se siguen cerrando hoteles», por lo que abogó por avanzar en el reto de «la Costa del Sol abierta los 365 días del año».

Asimismo, agregó que Sport Destination «es un producto vinculado al turismo deportivo y de élite» y supone una innovación con respecto a lo trabajado hasta la fecha, «ya que llevamos años con el turismo activo». Pero también recordó que «la oferta de golf es la más potente de Europa con casi 70 campos de golf y, en el sector náutico, somos uno de los líderes». En este punto anunció la pretensión de englobar otras iniciativas «relacionadas con el fútbol como deporte rey, la natación y deportes indoor».

Mediante esta nueva marca «se persigue impulsar el trabajo conjunto de la iniciativa pública y de los empresarios privados en beneficio de este segmento», precisó Bendodo,



Elías Bendodo, ayer durante la presentación del nuevo segmento de turismo deportivo. ANTONIO PASTOR

quien añadió que «es una marca de turismo deportivo con la que seguir posicionándonos como destino líder». «Con ella damos un paso adelante en nuestro camino de ofrecer productos y servicios adaptados a

las motivaciones del turista», añadió.

También se congratuló por la estrategia de segmentación del destino «porque el turista es cada día más selectivo y exige unos servicios orientados a sus motivacio-

nes». Bendodo sugirió «no olvidar que en nuestro país más de 2 millones de personas se mueven motivadas por algún acontecimiento deportivo».

Esta actividad genera un impac-

to económico de 12.000 millones de euros. En ese sentido resaltó que la provincia «tiene un enorme potencial» sobre todo, en el fútbol. No en vano un total de 126 equipos han celebrado la pretemporada 2015 en Málaga, entre los que destacan FC Basel, Dynamo de Kiev, Mainz 05, Feyenoord, Guangzhou y Evergrande.

Para lograr un posicionamiento líder en el segmento, «la marca Sport Destination engloba todas las necesidades e inquietudes del sector y de los turistas», comentó el también presidente de la Diputación, quien consideró que el destino «tiene capacidad y argumentos de sobra para destacar en este mercado, que tiene mucho recorrido».

La marca Sport Destination servirá «para aunar todas las variadas iniciativas que ya se promueven relacionadas con el turismo deportivo y las que están por venir, lo que permitirá crear sinergias y posicionarnos como un destino de referencia».

En cuanto al fútbol, Turismo Costa del Sol trabajará en la competitividad analizando las infraestructuras deportivas con que cuenta la provincia para mejorarlas y posicionarlas en el sector. El clima suave, unido a la progresiva mejora de las instalaciones, permitirá ofrecer el destino de la provincia de Málaga como un espacio atractivo para eventos futbolísticos o stages de pretemporada de equipos internacionales. De la mano, los visitantes podrán encontrar pruebas deportivas de referencia, pero a la vez «experiencias culturales y de ocio para hacer posible su llegada en pareja o en familia».

La empresa de turismo dependiente de Diputación también «pondrá en marcha un inteligente plan de acción promocional para posicionar el destino conociendo los canales de comercialización», según concretó Bendodo.

Marbella Luxury Weekend rediseña el evento para salvar este año la marca

El promotor de la feria del lujo, el empresario Miguel Gómez Molina, apuesta por un nuevo formato para la cita turística este verano después de que el Ayuntamiento de Marbella le retirara su apoyo económico

MARBELLA

El promotor de la feria del lujo Marbella Luxury Weekend, el empresario Miguel Gómez Molina, explicó ayer el nuevo formato que tendrá la cita turística este verano para tratar de salvar la marca después de que el Ayuntamiento de Marbella anunciara su renuncia a apoyar el evento ante la falta de iniciativa privada.

Gómez Molina, que compareció en rueda de prensa junto al concejal de Turismo, Javier Porcuna, y al presidente del Centro de Iniciativas Turísticas (CIT), Juan José González, explicó que se puso

en contacto con el Consistorio para «relanzar» la feria «en un formato más reducido pero más potente» y que se celebrará el 3 y 4 de junio en Benabola, Puerto Banús, entre las 21.30 y 00.00 horas.

El primer día, la marca Fred, que pertenece al grupo Louis Vuitton, presentará una campaña internacional de su colección tras elegir Marbella como la puerta de entrada al mercado nacional.

Al día siguiente se presentarán las últimas novedades de la firma de joyas Cuervo y Sobrinos a la que acudirá el pianista Chucho

Valdés.

Según expuso Miguel Gómez Molina, «el Luxury Weekend es un activo que se puede fomentar siempre que se haga de la manera adecuada». «No queremos seguir la senda de la feria del millonario que se ha ido extendiendo por la accesibilidad a la misma, sino llevar la feria a las cotas que hablamos ideado en un principio», agregó el empresario.

En este sentido, también añadió que «este año haremos una pequeña versión de la feria y el próximo, una gran actividad sobre el paraguas del Luxury

Weekend».

Asimismo, Gómez Molina, adelantó que, entre otras propuestas, se celebrará la próxima temporada un foro de marcas de lujo.

El empresario aseguró que el proyecto se puede activar desde el sector privado y «sin subvenciones municipales más allá de la necesaria colaboración» del Ayuntamiento.

Por su parte, el concejal de Turismo explicó que el Ayuntamiento desistió de respaldar la feria porque «no se conseguía el objetivo de potenciar al sector del lujo en Marbella». «Se trata de un sec-

tor selecto, por lo que organizar eventos que eran masivos no eran la mejor vía para atraer a un público que tiene la sensación de ser escogido entre los ciudadanos», señaló el edil socialista.

Porcuna indicó que, cuando se publicó que el Ayuntamiento no continuaría con el Luxury Weekend, «Gómez Molina se puso en contacto con el Consistorio para que la marca no se perdiera, pero encanzando el formato».

Igualmente, el presidente del CIT agradeció la iniciativa de Gómez Molina; «del que nació la primigenia idea del Luxury Weekend», para retomar la feria. «Me ha alegrado mucho que, a la vista de que la feria se perdiese por falta de financiación, haya sido el propio Miguel el que haya tomado la iniciativa de intentar hacer un Luxury para este año que salve la marca y trabajar duramente para que el próximo año la cita sea debidamente enfocada», indicó Juan José González.

La Costa impulsa una marca como destino de concentración de equipos deportivos

Sport Destination reportará beneficios para reducir la estacionalidad y para atraer a un cliente de alto poder como son los deportistas de elite

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. La Costa del Sol crea una nueva marca, Sport Destination, para dar un impulso al segmento de turismo deportivo. Lo hace abriendo la espita, que ya pita con fuerza, del negocio en alza que aportan las concentraciones de importantes equipos deportivos de todo el mundo que eligen la provincia para los patones que se realizan, por ejemplo, en las Ligas de fútbol del norte o del Este de Europa en invierno. El presidente de Turismo Costa del Sol, Elías Bendodo, presentó ayer, ante un centenar de profesionales del deporte y del turismo, esta nueva estrategia con la que el litoral activa el turismo deportivo con una nueva apuesta como destino de concentración de grandes equipos del mundo y de todas las disciplinas, con especial hincapié en el fútbol, la natación o los deportes indoor. En este sentido, señaló que un total de 126 equipos de fútbol realizaron la pretemporada 2015 en la provincia, entre los que destacan FC Basel, de Basilea; el ucraniano Dynamo de Kiev; el alemán Mainz 05; el holandés Feyenoord, o el chino Guangzhou Evergrande.

Bendodo destacó que van a desarrollar un plan de promoción específico para aunar las sinergias públicas y privadas en esta materia para difundir la marca 'Sport Destination', con la que se pretende impulsar este segmento. «Queremos que los equipos más relevantes de todo el mundo se concentren en la Costa del Sol. Aquí tenemos ya las instalaciones deportivas y las turísticas, y un clima excepcional incluso

en los meses en que a ellos las duras condiciones meteorológicas les obligan a parar la actividad», señaló Bendodo. Y es que estos equipos desembarcan en los meses de menos actividad, en pleno invierno. Además de que esta apuesta se centra también en un cliente de alto poder como son los deportistas de elite, a lo que se añade el extra de que estos profesionales descubren un destino al que desean volver en familia o con amigos.

Bendodo señaló que en la actualidad el turismo deportivo atrae a España a más de diez millones y medio de viajeros internacionales y mueve dos millones y medio de turistas nacionales. «Esta actividad genera un impacto económico de 12.000 millones de euros en el país.

Para lograr un posicionamiento líder en el segmento, la marca 'Sport Destination' engloba todas las necesidades e inquietudes del sector y de los turistas», declaró en una presentación en la que el primer vídeo promocional destaca una oferta de más de 3.200 alojamientos turísticos, en los 161 kilómetros de Costa, en los que ya hay doscientas instalaciones deportivas y casi medio centenar de centros de spa, además de

poner en valor las buenas comunicaciones aéreas o ferroviarias.

«La Costa del Sol tiene capacidad y argumentos de sobra para destacar en este mercado, que tiene mucho recorrido», recalcó Elías Bendodo para insistir en que los visitantes podrán encontrar pruebas deportivas de referencia, a la vez que experiencias culturales y de ocio para hacer posible un retomo en pareja o familia.

Sin embargo, esta nueva marca será clave para mejorar la gestión de la estacionalidad, recordando el presidente de Turismo Costa del Sol que ya este invierno se ha dado un salto en esta materia gracias a un aumento del 11,6% en viajeros y del 12,3% en pernoctaciones con respecto a la temporada baja anterior.

Un total de 126 equipos de fútbol realizaron la pretemporada en la Costa el pasado año



Bendodo, junto a profesionales del deporte y turismo en la presentación de Sport Destination. :: sur

DIARIO SUR, 2/06/16.

El Ayuntamiento abre el plazo para solicitar una línea de subvenciones para pymes

:: F. JIMÉNEZ

MÁLAGA. Quien esté pensando en montar un negocio o quien ya lo tenga pero necesite una ayuda económica para invertir en desarrollo tecnológico o equipamiento tienen desde hoy la posibilidad de optar a la línea de subvenciones que acaba de abrir el Ayuntamiento de Málaga para fomentar y facilitar la puesta en marcha y desarrollo de pequeñas y medianas empresas (pymes) con domicilio y actividad principal en la capital. Tras la publicación ayer de las bases de la convocatoria en el Boletín Oficial de la Provincia (BOP), el plazo para la presentación de solicitudes permanecerá abierto desde hoy hasta que se agoten los 400.000 euros consignados en los presupuestos de la empresa municipal Promálaga. El importe máximo para personas jurídicas será de 9.000 euros y, para personas físicas, de 2.000 euros. Como máximo, se subvencionará el 75% de la inversión, contemplándose conceptos como la licencia de apertura, el equipamiento informático y el mobiliario, el diseño y posicionamiento web, los prototipos de I+D, las patentes o la adquisición de maquinaria.

Diseño en 3D y realidad virtual para los nuevos emprendedores malagueños



IGNACIO LILLO

ilillo@diariosur.es

Doce 'startups' tecnológicas se incorporan al centro de aceleración de empresas de Tabacalera para dar el salto al mercado

MÁLAGA. Doce 'startups', doce ideas de negocio que ya son algo más que un sueño en la mente de sus creadores. El centro empresarial La Farola, de Tabacalera, acoge nuevos proyectos innovadores que durante ocho meses recibirán sede y apoyo empresarial, a cargo de Telefónica, con el respaldo del Ayuntamiento de Málaga y de la Consejería de Empleo de la Junta. En total, 25 jóvenes emprendedores, cuyas iniciativas tratan de abrirse mercado en un entorno global y competitivo, hasta convertirse en negocios sostenibles y con una facturación adecuada.

Iniciativas como la de Flixit, que realiza férulas para traumatología personalizadas al 100% para el paciente, mediante la impresión en 3D. Con éstas, es posible sustituir las tradicionales escayolas por piezas de plástico ligeras que se pueden mojar y que permiten la rehabilitación y las curas. Sin salir del ámbito sanitario, en Inmertec se especializan en la creación de contenidos de realidad virtual con fines terapéuticos, en el campo de la psicología y la sexología, entre otros. Y también se presenta Hello givers, una plataforma para localizar servicios de enfermería a domicilio.

A la vez, llega al mercado Bugaloo, un buscador de autoescuelas, con clases teóricas 'on-line' y un compa-



Raquel Serrano, de Flixit, muestra sus férulas para inmovilizar impresas en 3D. :: FRANCIS SILVA

rador de precios para las prácticas. En el mismo ámbito educativo, Workkola pone en contacto a estudiantes con 'startups' internacionales donde puedan empezar su camino laboral. Mientras que en Fauning ofrecen un portal especializado en experiencias de turismo de naturaleza para todos los públicos, con contenidos clasificados para personas con movilidad reducida o aquellos que viajan con sus mascotas.

Entre las mejor posicionadas en el mercado aparece Click TOM, un sistema de gestión en la nube para el control desde el móvil de restaurantes y bares, que ya funciona a nivel nacional y que va camino de expandirse por Europa.

En la primera convocatoria, que arrancó en noviembre, se integraron ocho proyectos. Desde entonces, una de las iniciativas ya ha empezado a facturar; cinco han firmado acuerdos con empresas e instituciones para la comercialización; y otra ha conseguido financiación.

NUEVAS EMPRESAS TECNOLÓGICAS EN MÁLAGA

► **Flixit:** Férulas de inmovilización para traumatología impresas en 3D a la medida del paciente.

► **Inmertec:** Contenidos de realidad virtual con fines terapéuticos en el campo de la psicología.

► **Hello Givers:** Una plataforma para localizar servicios de enfermería a domicilio.

► **Bugaloo:** Buscador de autoescuelas, clases teóricas 'on line' y comparador de precios.

► **Workkola:** Pone en contacto a estudiantes con 'startups' donde pueden trabajar.

► **Fauning:** Portal especializado en experiencias de turismo de naturaleza para todos los públicos.

► **Click TOM:** Sistema de gestión en la nube para el control desde el móvil de restaurantes y bares.

► **In-gravity:** Aplicaciones de uso práctico para trabajos aéreos con drones.

► **Ipath-Smartpubli:** Instalación de dispositivos solares portátiles para wifi, carga y publicidad.

► **Smart Noise city:** Ayuda a reducir la contaminación acústica en las ciudades.

► **Eneso:** Productos para facilitar el acceso a las tecnologías a las personas con discapacidad.

► **Mooviest:** Ayuda a los espectadores a elegir la película adecuada a cada momento y situación.

El programa empresarial Red Innprende suma un nuevo espacio en Málaga

:: SUR

MÁLAGA. La nueva edición del programa de aceleración empresarial Red Innprende, una iniciativa de la Fundación Cruzcampo de la que podrán beneficiarse hasta 25 'startups' andaluzas, cuenta desde ayer en Málaga con un nuevo espacio desde el que atender a la comunidad emprendedora de Andalucía oriental.

La directora de Fundación Cruzcampo, María de los Angeles Rodríguez de Trujillo, presentó ayer las novedades de la tercera edición de este programa de aceleración empresarial en su recién estrenada base de operaciones malagueña en el edificio The Green Ray.

Al acto también asistieron el vicerrector de Innovación Social y Emprendimiento de la Universidad de Málaga (UMA), José María Alonso Calero; el director del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) Málaga, Felipe Romero, y el CEO del Grupo Barrabés, Lnis Martín, compañía que colabora con la Fundación Cruzcampo como socio formativo en Red Innprende.

Martín, en su intervención, destacó la importancia de que compañías industriales como Heineken, patrono de la Fundación Cruzcampo, «tengan iniciativas de este tipo». «Que el sector industrial invierta en iniciativas y emprendimiento con valor tecnológico es mucho más interesante e importante que si lo hiciera una compañía digital o tecnológica», dijo.

Programa de capacitación

También se celebró una mesa redonda sobre 'Emprendedores Innovadores para el Sector de la Hostelería', con la participación de los promotores de la 'startup' malagueña 'Málaga se Come' y la granadina 'Smart Suite', participantes y ganadores respectivamente de la última edición de Red Innprende.

En concreto, se trata de un programa de capacitación empresarial dirigido a proyectos innovadores y 'startups' de tres sectores muy específicos y esenciales para la economía andaluza: turismo, hostelería y agroalimentación.

«El programa pretende atraer, retener y atraer el talento andaluz, apoyando a jóvenes emprendedores para que sus ideas se conviertan en empresas viables. Una pequeña contribución al desarrollo sostenible y al progreso de nuestra tierra», explicó la directora de la Fundación Cruzcampo.

La nueva sede malagueña está situada en The Green Ray. Así, tras el acuerdo de colaboración con PTA, la Fundación Cruzcampo dispondrá de una base de operaciones en el recinto de la tecnología.

Los vecinos quieren toda la Alameda peatonal y con el tráfico soterrado

Representantes vecinales y técnicos de Urbanismo se reúnen para diseñar el aspecto de este eje tras las obras del metro

:: I. LILLO

MÁLAGA. La convocatoria técnica del Ayuntamiento con los colectivos vecinales del Centro para abordar el aspecto de la Alameda tras las obras del metro se saldó ayer con una peti-

ción mayoritaria: una avenida totalmente peatonal —no sólo la zona norte, donde se está construyendo el túnel del suburbano— y con el tráfico soterrado. El encuentro, que se celebró en el Ateneo y en el que participaron medio centenar de representantes, sirvió para mostrar el interés ciudadano por devolver al antiguo salón de la ciudad el aspecto original del siglo XIX. Así, desde la federación Unidad incidieron en la necesidad de «sacar la cochera de autobuses», en referencia a la multitud de paradas de la EMT;



Vecinos y representantes municipales, en la reunión de ayer. :: MORENO

y evitar que siga siendo una vía de paso principal. Similar criterio ofreció la plataforma ciudadana del Perchel; mientras que los vecinos de Alameda de Colón respaldaron la propuesta, aunque exigieron que esa circulación no se traslade a su zona, que ya está muy congestionada.

En cambio, la asociación de vecinos del Centro Histórico reclamó que antes de tomar una decisión como esta se reubiquen las paradas de autobús y de taxi; y se delimiten los usos del suelo, para que la vía no se quede sólo a merced de terrazas y bares ruidosos que molestan a los residentes.

Escuelas de hostelería, un pasaporte al empleo

Casi 2.000 alumnos se forman en hostelería y restauración. Pero más del doble queda cada curso sin plaza



FRANCISCO GUTIÉRREZ

fgutierrez@diariosur.es

Las buenas perspectivas de trabajo, con casi el 100% de inserción laboral, animan a muchos jóvenes a estudiar los ciclos formativos, incapaces de atender toda la demanda

MÁLAGA. Siendo el turismo la principal industria malagueña, los oficios y profesiones relacionadas con este sector son los más demandados y los que generan más empleo en la provincia (26.000 ocupados más en Málaga en el último año, según la última Encuesta de Población Activa). Pero tanto el turista como el cliente local son cada vez más exigentes y demandan una buena atención y un mejor servicio. Y una excelente comida cuando se sientan a la mesa de un restaurante. La formación en cocina y gastronomía y servicios de restauración son cada día más demandados. Este próximo lunes día 6 se realizarán las pruebas de acceso a los ciclos formativos. Los relacionados con el turismo y la gastronomía son de los más demandados y cientos de alumnos se quedan cada año fuera. Los que entran, con notas superiores a 7.

En los institutos con ciclos formativos en hostelería y turismo, tanto de grado medio como superior, así como otros centros formativos de-

Las pruebas de acceso a los ciclos formativos (medio y superior) comienzan el lunes día 6

En muchos casos no llegan a final de curso: las empresas los contratan antes de que terminen

pendientes de ayuntamientos, de la Junta o el Estado, e incluso iniciativas privadas, estudian durante este curso cerca de 2.000 alumnos. Pero más del doble de esta cifra se queda fuera por falta de plazas, ya que casi todos los centros reciben al menos el doble de solicitudes que plazas de las que disponen.

Servicio de restaurante

Disponer de cocina y de servicio al público es fundamental para la correcta formación de los alumnos, señalan los profesores. Casi todos los centros cuentan con restaurante abierto algunos días de la semana, que ofrecen menús creativos y a precios muy competitivos.

Entre los centros más veteranos en la formación en Cocina y Sala se encuentra el IES La Rosaleta. Este curso son 400 alumnos, con 26 profesores en FP Básica y ciclos formativos de grado Medio y Superior en cocina, sala y agencias de viajes, con formación tanto presencial como semipresencial y a distancia. El servicio de restaurante «es fundamental para que la formación sea lo más real posible», indica Francisco Salas, jefe del departamento. La demanda de la escuela es «enorme», dice, con 600 solicitudes para las 40 plazas de ingreso en grado medio y más de 400 para las 20 plazas de grado superior de cocina. El restaurante atiende previa reserva, con precios del menú a 16 euros sin bebida y 19 con bebida. Por la noche también preparan una serie de platos y tapas variadas. Salas se formó en esta escuela y ahora es profesor. Considera muy motivador para el alumno esta formación práctica, y dice que los cocineros y camareros formados en La Rosaleta están trabajando en buenos restaurantes. «No hay que tener una estrella Michelin para ser un buen cocinero». La prueba, que sus estudiantes son «reclutados» incluso antes de que termine el curso.

De una iniciativa netamente privada surge la escuela de hostelería de Estepona. Al frente, un ex alumno de La Cónsula La Rosaleta y Jacaranda, Antonio Rojo. «En 2013 impartí el último curso de formación para el empleo, y se presentaron 400 personas para 15 plazas. Ante la insistencia de muchos padres, decidí lanzar la oferta formativa de manera privada», explica. Desde entonces han pasado más de cien alumnos por los programas y cursos de formación que se han ofer-

ESTEPONA



Una iniciativa privada de Antonio Rojo

En esta escuela, iniciativa de Antonio Rojo, exalumno de La Cónsula, Rosaleta y Jacaranda, estudian 60 alumnos. Los cursos son de 9 meses y hay otros más cortos de especialización. Para mayores de 16 años, sin necesidad de titulación.

MARBELLA



Menús degustación de gran calidad en Sierra Blanca

Durante el curso escolar su restaurante funciona como taller de prácticas para sus 161 alumnos y abre al público miércoles y jueves. Tiene capacidad para 45 comensales y el menú degustación cuesta unos 21 euros.

MÁLAGA



La Cónsula, en busca de la excelencia que la hizo famosa

Los últimos años han sido difíciles para la escuela de hostelería, hasta que en febrero se integró en el Servicio Andaluz de Empleo. En la escuela estudian 22 alumnos en cada uno de los cursos de primero y segundo en sus dos especialidades, cocina y sala.

La Rosaleta. Una de las escuelas más antiguas. 400 alumnos, aunque la demanda de plazas duplica la oferta formativa. El restaurante, previa reserva, con menús entre 16 y 19 euros.

IES Los Manantiales. Imparte las especialidades de gestión de Alojamientos Turísticos, un ciclo Superior en el que estudian 20

BENAHAVÍS



Ayuntamiento, Diputación y Mancomunidad

Desde 2003 imparte cursos de formación. Son 30 alumnos de cocina y 15 de sala, con una duración de dos y un año, respectivamente. El restaurante abre de lunes a jueves, con menús largos y cortos entre 29 y 38 euros.

ARCHIDONA



Cocina, sala, recepción y gobernantas de hotel

La única escuela gestionada por la Empresa Pública de Turismo está en Archidona y funciona desde 2002. Son 150 alumnos, con 13 profesores. Sirven menús de lunes a viernes, previa reserva, a un precio de 35 euros por persona.

TORRE DEL MAR



Una fortaleza del siglo XVI convertida en restaurante

El IES María Zambrano tiene su escuela de hostelería en el Castillo del Marqués, una fortaleza de 1513. Abre al público los jueves, con un menú degustación por 24 euros. También abre en fechas o eventos específicos.

ANTEQUERA



Una antigua fábrica de mantas restaurada

La escuela de hostelería El Henchidero depende del IES Pedro Espinosa. El Ayuntamiento de Antequera y la Junta restauraron una antigua fábrica de mantas, donde se puede comer miércoles y jueves por 15 euros. Cerró el día 12, hasta el mes de octubre.

BENALMÁOENA

La Fonda imparte clases, pero con el restaurante cerrado

Depende, como La Cónsula, del SAE. Pero sólo imparte clases teóricas. Los alumnos de La Fonda y La Cónsula cocinan, pero para los profesores y compañeros. Ambos restaurantes abrirán al público ya el próximo curso.

alumnos, y Cocina y Restauración en la FP Básica.

IES nº1 Universidad Laboral. FP Básica y de Grado Medio en Cocina y Restauración.

C.D.P. Santa Rosa de Lima. FP Básica e o Cocina y Restauración. Este año ha estrenado cocinas para las prácticas.



Seis de los siete establecimientos están en la playa de Burriana, entre ellos el Ayo o el Moreno. :: e. c.

Nerja sacará a concurso la concesión de sus chiringuitos por primera vez en 16 años

NERJA

El equipo de gobierno tripartito asegura que es «lo más adecuado» después de que el PP las hubiese renovado anualmente desde 2010

:: EUGENIO CABEZAS. Los chiringuitos más emblemáticos de Nerja, como el famoso merendero Ayo o el Moreno, que lleva abierto ininterrumpidamente desde 1965, podrían cambiar de manos el próximo año, toda vez que el Ayuntamiento tiene previsto sacarlos a concurso nuevamente, algo que no ocurría desde que se llevó a cabo la última adjudicación, en 2000. Así lo han expresado a SUR desde el equipo de gobierno tripartito (PSOE, IU y EVA-Podemos), alegando que es «lo más adecuado» des-

pués de que el anterior equipo de gobierno, del PP, hubiese venido renovando anualmente las concesiones desde 2010, cuando venció el plazo previsto inicialmente, de diez años.

En las seis prorrogas acordadas por el PP, que se aprobaron en Junta de Gobierno, se argumentaron dos razones: «Garantizar la prestación sin interrupciones del servicio, con un mínimo de calidad, el cual es ampliamente superado, entendemos, por la reconocida a los actuales concesionarios. Tampoco puede obviarse que, a pesar de encontrarnos en pleno proceso de superación de la crisis, ésta no es favorable a que en una nueva licitación pudieran ser alcanzadas mayores contraprestaciones económicas para este Ayuntamiento».

El pleno ordinario celebrado ayer acordó, por unanimidad, otorgar una séptima prórroga a los seis chiringuitos de la playa de Burriana (Moreno, José Cruz, Montemar, La Barca, Pla-

ya Sol y Ayo) y al situado en el extremo más occidental de la playa de El Playazo, hasta el próximo 30 de junio de 2017. La concejala de Playas, Cristina Fernández (EVA-Podemos), argumentó que su intención es sacar a concurso estas concesiones en el mes de septiembre.

«Entendemos que es lo mejor para los empresarios y para el Ayuntamiento. Los pliegos los estamos elaborando teniendo en cuenta sus propuestas», dijo el edil de Urbanismo, José María Rivas (PSOE). A la sesión plenaria de ayer acudieron varios de los empresarios que disponen de concesiones en la playa de Burriana, que pidieron al Ayuntamiento que tenga en cuenta en los criterios de puntuación aspectos como la antigüedad o el empleo generado y no sólo la cuestión económica. El PP aseguró que no es partidario de sacar a concurso los chiringuitos, y abogó por seguir prorrogándolos año a año.

SUR, 02106116

El Ayuntamiento y los empresarios organizan la primera Feria del Motor

J. F. CAMPILLOS

La asociación de empresarios y el Ayuntamiento de Campillos presentaron ayer la I Feria del Motor de la localidad, que se ha marcado como objetivo el conseguir la cifra de 4.000 visitantes. El evento tendrá lugar este próximo fin de semana en el parque José Ma-

ría Hinojosa, ocupando una superficie de 15.000 metros cuadrados al aire libre.

La feria reunirá a más de una veintena de empresas del sector, estando previsto que acudan marcas oficiales, multimarcas, vehículos de ocasiones, alquiler, maquinaria agrícola, motocicletas, repuestos, accesorios y sumi-

nistros, ocio y deporte con motor, talleres o clubes relacionados con este sector. A ellos se unirá la presencia del circuito internacional de kart Karting de Campillos.

El presidente de los empresarios, Antonio Gómez, señaló que "que los empresarios participantes se van a garantizar la presencia ante sus stands de varios miles



Presentación de la feria, ayer.

de personas, oportunidad que no se da a menudo". El alcalde, Francisco Guerrero, se mostró confiado de que esta feria será un "empujón" para los sectores más importantes de la localidad. "Necesitamos de este tipo de eventos y actividades para situar a nuestro municipio como un referente provincial en relación al volumen de empresas que tiene", afirmó el regidor. El principal objetivo es el dar a conocer las diferentes ofertas existentes y dar a conocer los diferentes productos que tienen cada una de las empresas.

MÓLAGA HOY, 02/06/16

EMILIO MORALES
Twitter: @lestillo



LA MIRILLA

MOTIVOS PARA CELEBRAR

La Asociación de Empresas de Artes Gráficas conmemora el día del patrón //
La Taberna Amargo acoge un concierto del grupo La Cava



Miembros de la Asociación de Artes Gráficas de Málaga asistentes al acto.



Componentes del grupo La Cava.



Andrés (hijo), Andrés (padre) y Marta.

Motivos para festejar. La Asociación de Empresas de Artes Gráficas de Málaga (ASAGMA) ha celebrado el día del patrón, San Juan Ante Portam Latinam, con un almuerzo-coloquio con la intervención del abogado y reputado coach, Andrés Vázquez Flaquer. En el transcurso del mismo se establecieron las claves para resolver conflictos y fijar metas y objetivos evaluables en el desarrollo de la actividad empresarial. El almuerzo fue seguido por numerosos asociados de la organización que tuvieron oportunidad de continuar debatiendo sobre el uso del coaching y su aplicación concreta a los conflictos del día, relatando la experiencia personal y los objetivos concretos para este ejercicio. Para concluir la jornada, el presidente de la asociación, Esteban Bueno, y su junta directiva, presentaron la nueva web corporativa, www.asagma.net, brindando a continuación por la festividad que se celebraba y por el futuro del sector, que tiene que afrontar importantes retos relacionados con la aparición de nuevos soportes y la continua encrucijada tecnológica.

Por otro lado, el pasado domingo, la Taberna Flamenca Amargo abrió sus puertas para oír al grupo La Cava. Es la segunda vez que el grupo musical compuesto por los trianeros Álvaro Urbano, Carmen Calle, Kike Pagés, María Agullar, Carlos Mateos, Ángela Agar y Paloma Martínez, viene a Málaga, y tras el éxito de su segundo trabajo, 'Al mal tiempo buena cava', ya preparan su tercer disco. Rumbas y ritmos flamencos pegadizos que le cantan al amor, al desamor y al sentimiento rocierto. José Carlos Sabastro, como consumidor de esta música y apasionado del ambiente flamenco, no encontraba un sitio donde poder tomar una copa. Y fue entonces junto a Daniel Alba cuando hace siete años decidieron rescatar un bar de copas que uniera el ambiente flamenco, taurino y cofrade. Amargo apostó desde el primer momento por apoyar a los artistas flamencos locales. Además, ha conseguido traer en acústico a numerosos artistas a lo largo de estos siete años, como José Manuel Soto, las Soles, Chiquetete, José el Francés o Paleta, entre otros.



Isabel, Chafa, Rocío, Reme, Maribel y Conchi.



Grupo de amigos en Amargo.

El fiscal ve nepotismo generalizado en las contrataciones de la FGUMA

► La Fiscalía Superior no vio delito en los enchufes pero critica que la fundación esté «trufada de familiares directos» de dirigentes y trabajadores de la UMA y tacha de «inaceptable» esta práctica

JOSÉ ANTONIO SALI MÁLAGA

► @saumarín

■ La Fiscalía Superior de Andalucía archivó el caso de los enchufes en la Fundación General de la Universidad de Málaga (FGUMA) al no ver delito, puesto que este organismo es una entidad «de carácter privado» y la contratación de sus trabajadores se rige por el convenio colectivo existente entre sus representantes legales y el comité de empresa. Pese a ello, el fiscal instructor se despacha en su decreto de archivo contra la FGUMA, en la que ve un «generalizado nepotismo en la contratación laboral».

Pero no queda ahí la cosa, ya que en un amplio decreto el fiscal recuerda que la FGUMA, al ser una entidad de carácter privado, no estaría sometida a los principios generales de igualdad, mérito y capacidad para contratar a sus trabajadores. Es decir, las incorporaciones de personal se rigen por el Derecho Laboral vigente, dice el representante del ministerio fiscal, que establece el marco de relaciones en el convenio colectivo del ente.

Sin embargo, el acusador público reflexiona: «Que el sistema seguido por la Fundación General de la Universidad de Málaga para la selección de personal no sea constitutivo de infracción penal, tampoco significa que las decisiones adoptadas por sus responsables en este ámbito resulten jurídicamente acertadas o éticamente irreprochables».

En el decreto, al que tuvo acceso La Opinión de Málaga, asegura la Fiscalía Superior de Andalucía

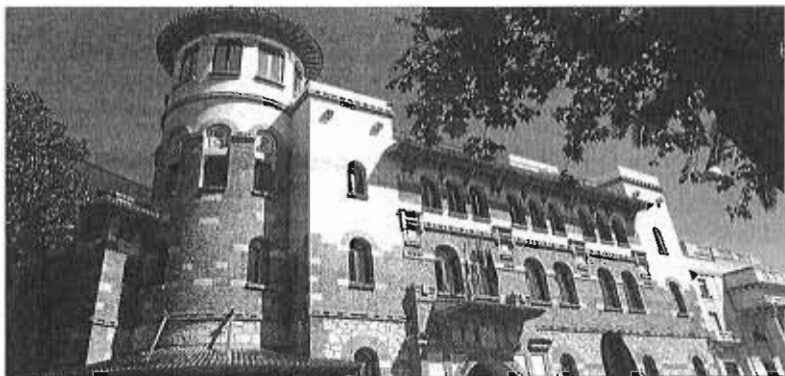


Imagen del Rectorado de la Universidad de Málaga. L. O.

que «la total ausencia de control jurídico sobre la idoneidad o no de los seleccionados o de un procedimiento reglado mínimamente, ha permitido -tal y como acredita el informe presentado en la Fiscalía el 2 de febrero de 2016 por la Unidad de Policía Judicial Adscrita-, que la plantilla de trabajadores al servicio de la FGUMA esté trufada de familiares directos de miembros de su patronato, de dirigentes de la Universidad de Málaga así como de trabajadores de la UMA y de la propia Fundación General». Aunque no especifica, cabe recordar que desde diciembre de 2015 un nuevo equipo de gobierno encabeza la UMA, por lo que algunas de estas reflexiones afectarían sobre todo a exdirigentes.

Todo ello acreditaría «un generalizado nepotismo en la contratación laboral absolutamente in-

aceptable en una entidad cuyos fines y actividades sobrepasan el ámbito meramente privado para adentrarse en el territorio de lo público, por más que su régimen jurídico siga rigiéndose por el Derecho Común».

El representante de la Fiscalía Superior andaluza insiste también en que la vía penal «en modo alguno es la adecuada para obtener la revisión del actual sistema de contratación laboral de la Fundación General de la Universidad de Málaga, que los representantes del sindicato denunciante -CSIF- debieran intentar a través de la negociación colectiva, aprobando un nuevo convenio en el que hagan valer sus legítimas pretensiones de objetividad y publicidad».

Pese a todo, la acción penal iniciada por el CSIF queda en papel mojado pues para la Fiscalía Su-

perior de Andalucía el estatus jurídico de la fundación es privado, como la propia UMA se encargó de demostrar con un informe presentado en estas diligencias de investigación elaborado por uno de los despachos de abogados más importantes del país.

Las cuentas y presupuestos de la Fundación, según un decreto del 7 de abril de 2016 del fiscal, se «ajustaban perfectamente a derecho por lo que procedió al archivo de la denuncia de tales hechos», en lo que es otra pata de la denuncia inicial. Contra este decreto ya no cabe recurso alguno, pero fuentes judiciales consultadas por este periódico entienden que sí podría reactivarse por diversas vías, por ejemplo una denuncia ante el Juzgado de Guardia, aunque todo dependerá de lo que decida hacer el sindicato denunciante.

La OCDE avisa a España de los riesgos de la situación política para el consumo y la inversión



El organismo mejora hasta el 2,8% el crecimiento para 2016, rebaja al 2,3% el de 2017 y pide reformar los servicios públicos de empleo

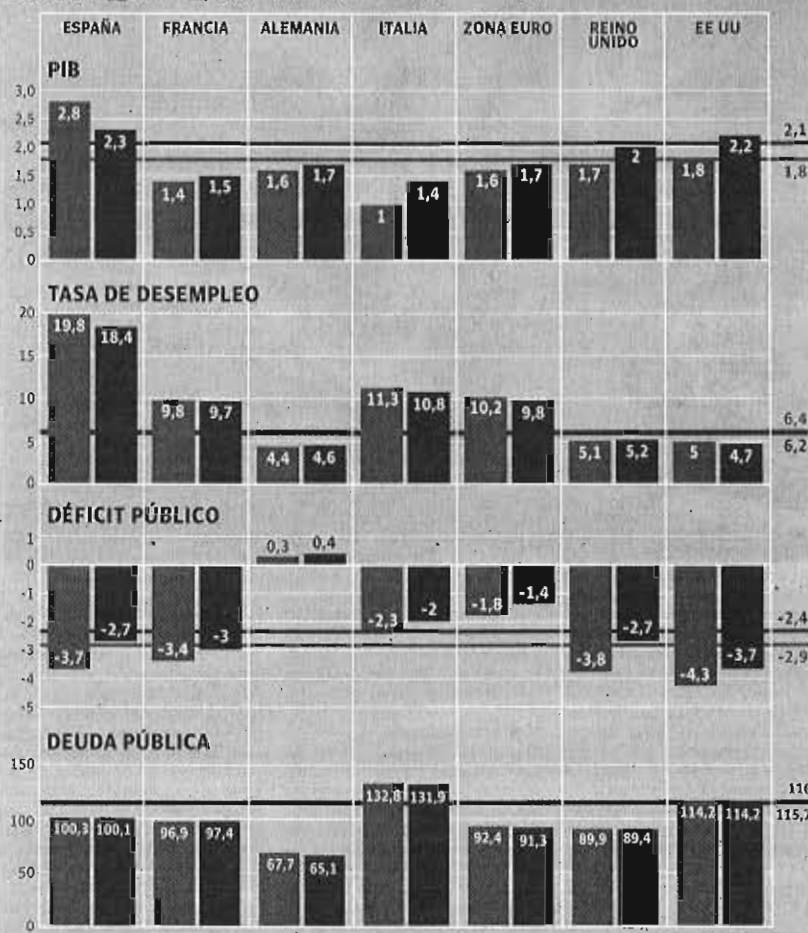
MADRID. Las evaluaciones económicas sobre España de los distintos organismos hace tiempo que tienen entre sus variables un componente de riesgo relacionado con la incertidumbre política. La OCDE no fue menos y situó ayer en su informe de previsiones globales la falta de un Gobierno estable como un elemento negativo que puede tener consecuencias si se prolonga en el tiempo. De momento, a corto plazo su incidencia parece menor. De hecho, la OCDE corroboró la velocidad de crecimiento de la economía española al mejorar una décima su previsión para 2016 hasta alcanzar el 2,8%. Una cifra en línea con el 2,7% proyectada por el Gobierno en el plan de estabilidad y que permite seguir a un ritmo superior al de la media de la zona euro (1,6%).

Sin embargo, el informe publicado ayer también constata una moderación en la expansión del PIB a partir de 2017 hasta el punto de que el organismo revisó a la baja su estimación para el próximo ejercicio y lo dejó en el 2,3% frente al 2,5% de la anterior proyección. En cualquier caso, una vez más se encuentra por encima del avance medio de los países de la moneda única (1,7%).

En ambos casos el organismo presidido por José Ángel Gurría alerta de que parte de esa fortaleza puede agrietarse si se prolonga la incertidumbre política. Y como novedad advierte de que si «continúa» esta situación puede afectar a la demanda interna —uno de los pilares de la recuperación económica— y a la inversión extranjera. De momento, según explicó de nuevo ayer el ministro Luis de Guindos

Previsiones de la OCDE para 2016 y 2017

Porcentajes ■ 2016 ■ 2017 · Media OCDE — 2016 — 2017



Fuente: OCDE

© E. HINOJOSA / COLPIA

las dudas sobre el futuro Ejecutivo «no ha tenido una influencia sustancial» en la evolución del PIB.

Por otra parte, el estudio considera como factor favorable al crecimiento la política «muy acomodaticia» del

BCE, lo que debería impulsar la inversión y el consumo a través de las tasas de préstamos más bajas. Sin embargo, también avisa de que otras variables externas que hasta ahora han ayudado empezarán a moderarse,

como es el caso del impacto de la caída de los precios del petróleo.

Como en todos los exámenes que los organismos hacen a través de sus previsiones, España suspende en el paro. La OCDE estima que se situa-

rá por debajo de la barra del 20% este año y caerá hasta el 19,8% (misma cifra que su anterior proyección) y una previsión más alta que la del Gobierno (18,7%). Por su parte, el organismo calcula que en 2017 la tasa de desempleo se situará en el 18,4%. En ambos casos casi duplican la media de la zona euro. Aunque la OCDE reconoce esta mejora, insiste en que este indicador así como la proporción de parados de larga duración «siguen siendo cifras dolorosamente altas».

Para tratar de corregir este problema el organismo señala que las políticas activas de empleo deben ser más eficaces para ayudar a los desempleados a volver al trabajo y para «reducir más la desigualdad de ingresos» y la inclusión de más personas en los beneficios de la recuperación económica. En este sentido, la OCDE aboga por más reformas para «aumentar los recursos y la eficiencia» de los servicios públicos de empleo, el fortalecimiento de la activación de los parados, y la «asignación de más fondos hacia sistemas de formación eficaces».

Más deuda

En cuanto al déficit, la OCDE considera que España este año rebajará su desfase hasta el 3,7%, lo que implica incumplir por una décima la previsión del Gobierno, aunque coincide con la proyección de la Comisión Europea. De cara al próximo ejercicio, estima que el déficit se situará en el 2,7%, lo que supone ser más optimista que el Ejecutivo (2,9%), pero que incumpliría la senda fijada por Bruselas (2,5%).

La deuda pública es el único indicador en el que la OCDE es claramente más pesimista que el Gobierno. El organismo dirigido por José Ángel Gurría estima que el pasivo volverá a crecer este año (en 2015 bajó el ratio deuda PIB por primera vez en la crisis) y acabará en el 100,3%, un punto más que la previsión del Ejecutivo. En 2017 el organismo proyecta una deuda de 100,1%, también superior en un punto a la del Gobierno. En concreto, la OCDE recoge en su informe que para asegurar la sostenibilidad de la deuda a medio plazo el Ejecutivo debe reducir el pasivo de forma gradual.

Los funcionarios cobran en mayo el 50% de la extra pendiente

La medida devuelve toda la paga de Navidad suprimida en 2012 a los empleados de la administración general

© D. VALERA

MADRID. Los 531.000 funcionarios de la Administración General del Estado (AGE) recibieron en su nómina de mayo el 50% de la paga extra de Navidad suprimida en 2012 y que todavía estaba pendiente de devolución, según confirmó el sindicato CSI-F. Aunque el Gobierno ya había comunicado la decisión en abril a tra-

vés de la Dirección General de la Función Pública, dependiente de Hacienda, el pago no dio a tiempo a hacerse en ese mes.

Con este abono, que alcanza unos 450 millones, el Ejecutivo cumple la promesa realizada el año pasado. El desembolso, tachado de «electoralista» por la oposición, ya está contemplado en los Presupuestos de 2016 y por lo tanto el Ejecutivo defiende que no supone ningún gasto extra. Hacienda ya devolvió en enero del año pasado el 25% de esta paga y en octubre ingresó a los funcionarios otro 26,23%. Al mismo tiempo se

comprometió entonces a devolver a lo largo de 2016 el 50% restante.

A pesar de este pago, CSI-F recordó que todavía hay cerca de 1,5 millones de trabajadores públicos dependientes de las comunidades autónomas y los ayuntamientos a la espera de lograr esta devolución. De hecho, las únicas comunidades que han reembolsado ya la totalidad de la extra de 2012 han sido Asturias, Baleares, Extremadura, La Rioja, País Vasco y Castilla y León.

En el caso de Valencia, solicitó a Hacienda un anticipo de 150 millones de euros de las entregas a cuen-

ta que el departamento que dirige Cristóbal Montoro rechazó por considerar que se trata de «un gasto estructural» contemplado en sus presupuestos, según una misiva enviada desde el organismo. Sin embargo, fuentes de Hacienda aseguran que se le han transferido otros anticipos por la liquidación del sistema de 2014 que podrían usarse para esos fines.

La decisión del Gobierno de proceder en este momento, a escasas semanas de las elecciones, con la devolución fue criticada por UGT y CC OO al considerar que «instrumentaliza a los empleados públicos».

Opinión

CUENTAS PÚBLICAS FUERA DE CONTROL



Francisco de la Torre Díaz

Diputado de Ciudadanos e inspector de Hacienda

Antes de ayer se publicaron los últimos datos de déficit y recaudación antes de las elecciones, y son muy malos. En estos tres primeros meses de 2016 el Estado, las CCAA y la Seguridad Social han tenido más déficit que en los tres primeros meses de 2015. Lo de la Administración del Estado ha sido peor, ya que en los cuatro primeros meses de 2016 ha tenido un déficit del 1,25 por ciento frente al 1,12 por ciento del pasado año. Traduciendo, tenemos que reducir el déficit y lo estamos aumentando, y eso creciendo por encima del 3 por ciento.

Después de que los gobiernos del PP y el PSOE hayan incumplido los objetivos de déficit todos los años desde 2008, la deuda pública supera ya el 101 por ciento del PIB, más que todo lo que producimos en un año. Como el incumplimiento del 2015 fue especialmente grave, más de 10.000 millones de euros, y como Montoro y Rajoy estuvieron asegurando que íbamos a cumplir, además tenemos el riesgo de una multa de la Unión Europea que puede llegar a 4.000 millones de euros.

La Comisión Europea ha decidido esperar a después de las elecciones, pero la espada de Damocles sobre la economía española sigue ahí. Lo más grave, como señalaba el propio ministro Guindos en sede par-

lamentaria, no es el importe de la multa, sino el riesgo para la credibilidad de las finanzas públicas españolas. Y esto no sólo es teoría, con el enorme volumen de deuda pública acumulado tras la gestión de Zapatero y Rajoy, cualquier incremento importante de la prima de riesgo, del diferencial que pagamos por financiarnos, pondría en muy serio riesgo el crecimiento y la creación de empleo.

Lo peor, con todo, son los datos de recaudación de impuestos. Hasta marzo, los datos ya apuntaban a una ligera calda. Sin embargo, la recaudación de abril ha retrocedido un 10 por ciento, y eso con un crecimiento de la economía y de la demanda interna superior al 3 por ciento. La palta se la lleva el impuesto de sociedades en el que se llevan devueltos netos 1.082 millones de euros frente a unos ingresos netos de 1.682 millones en los cuatro primeros meses de 2015. Algunos datos son simplemente aterradores, por ejemplo, los grupos consolidados, las muy grandes empresas, abonaron 2.674 millones de euros en el primer pago de abril de 2015, y en este primer pago sólo 992 millones de euros, un 63 por ciento menos. Si pensamos que las muy grandes empresas, según los últimos datos definitivos disponibles, sólo estaban pagando un 6 por ciento sobre su resultado contable positivo, habrá que ver a cuanto sale el porcentaje ahora.

Sin embargo, la base imponible del impuesto de sociedades, los beneficios de las empresas, está creciendo al 10 por ciento. Parece claro, el PP ha vuelto a hacer mal,

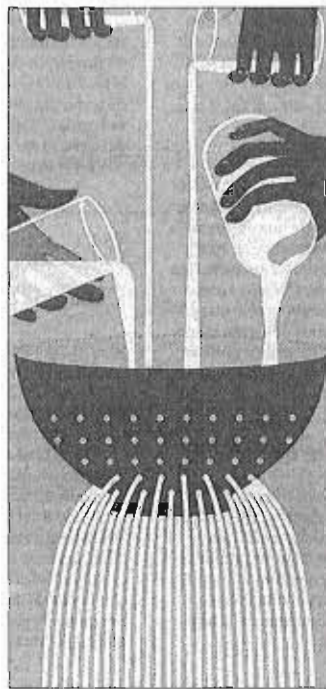
muy mal, los números de la reforma fiscal. El impuesto de sociedades tienen aún más agujeros que antes y no recaudará, ni de lejos, lo previsto. En términos generales, al ritmo de este primer cuatrimestre, recaudaremos en total unos 175.000 millones de euros, frente a la previsión presupuestaria de 193.000 millones de euros. Esta diferen-

cia son 18.000 millones de euros, 1,8 puntos más de déficit.

Con este panorama, las promesas del PP de rebajar impuestos, también el de sociedades, parecen una broma de mal gusto. Y no sólo porque el propio Rajoy está asegurando a Europa, por escrito, que hará ajustes en el segundo semestre, mientras aquí promete lo contrario, bajadas de impuestos, sino porque el punto de partida previo, la recaudación tributaria está aumentando por encima de lo previsto, es una absoluta falsedad.

Si no queremos que la gestión pública arruine el crecimiento económico hay que ser más serios. Muchos de los que pagan, ya pagan demasiado. Las cargas sobre el trabajo, IRPF y cotizaciones, son especialmente elevadas en España. Sin embargo, para poder reducirlos de forma responsable, primero hay que cerrar agujeros en el sistema fiscal, acabar con el despilfarro en el gasto, y luchar más eficazmente contra el fraude fiscal. Desgraciadamente, los datos demuestran que no se ha hecho ninguna de estas tres cosas, sino que vamos en dirección contraria.

En Ciudadanos creemos, que aunque la retórica populista y el olvido de la realidad se hayan adueñado de la izquierda y la derecha, los españoles se merecen tener una oferta seria, responsable y con números a la hora de votar. Por eso no sólo hemos ajustado el programa a una realidad mucho más difícil, sino también, hemos confeccionado una memoria económica que calcule el impacto económico de todas nuestras medidas. Un día como hoy, a la vista de los datos, unas cuentas públicas fuera de control, creo que en Ciudadanos no hemos hecho ni lo más fácil ni lo más cómodo, sino simplemente lo correcto.



GETTY

El impuesto de sociedades tiene más agujeros que antes: no recaudará lo previsto

LOS PRECIOS, EL TALÓN DE AQUILES DE LA BANCA



Ramón Casilda Béjar

Profesor del Instituto Universitario de Estudios Latinoamericanos, Universidad de Alcalá. Autor del libro *Crisis y reinvencción del capitalismo*. Tecnos, 2015

Nos pongamos como nos pongamos, cobrar por comisiones que no ofrecen ningún servicio no tiene ningún futuro y creo que es una mala estrategia", declaró un alto directivo bancario durante la presentación de los resultados del primer trimestre de 2016. De estos cobros, que en su opinión irritan a los clientes, puso como ejemplos las comisiones por administración de cuentas o por apuntes, como servicios que no aportan valor, no tienen sentido desde el punto de vista del compromiso con la sociedad y la imagen del sector financiero.

No cabe duda que el funcionamiento, las estrategias y la organización del sector bancario para nada serán igual que antes de la crisis económica y financiera, conocida como la Gran Recesión. Por consiguiente, el sec-

tor durante los próximos años debe afrontar retos fundamentales, que han de conducirlos hacia novedosos modelos de negocio que integren la nueva regulación y la gestión de riesgos en un contexto de bajos tipos de interés, y todo ello enfrentando la competencia de un actor en el nuevo tablero competitivo, que por su creciente protagonismo añade una desconocida dimensión al negocio bancario. Ya habrán adivinado que me estoy refiriendo a las vigorosas *fin-tech*, que recuerdan los vendavales innovadores *shumpeterianos*.

Cierto, el negocio tradicional bancario se transformará profunda y radicalmente, aunque aún no está demasiado claro el cómo y el ritmo. La transformación pasa irremediablemente por buscar nuevas fuentes de generación de ingresos, más allá de las comisiones tradicionales y, por lo tanto, resultará de vital importancia reforzar la vinculación con el cliente. Este cambio exige además de una relación más

estrecha, nuevas modalidades de comisiones, que serán aceptadas según el nivel de satisfacción, seguridad y calidad de servicio que le ofrezcan las entidades. Y, definitivamente, habrá que aceptar que la calidad, como la satisfacción, la determinan los clientes, no las entidades.

El surgimiento de este nuevo paradigma, si cabe aún más, presiona sobre la rentabilidad, que se convierte en el principal reto, viéndose agravada por las restricciones regulatorias en materia de solvencia y capital, que actúan como freno sobre los beneficios al no poder trasladar automáticamente los sobrecostos por la vía de las comisiones.

Los impactos que tendrán estos requerimientos sobre los precios de los productos y las comisiones determinarán si el cliente está dispuesto a asumir el sobreprecio, lo cual representa uno de los desafíos más inmediatos a los que el sector debe hacer frente.

Una adecuada política de precios aportará ventajas competitivas en el medio plazo

Por tanto, una estrategia de precios bien diseñada será clave para conseguir fidelizar a la vez que aumentar la cuota de mercado. Fijar con precisión los nuevos precios resulta de vital importancia. Acertar con la identificación del punto de equilibrio para la entidad en función del nivel de satisfacción, seguridad y calidad de servicio a los clientes será determinante para su aceptación.

Los precios son los transmisores de una gran cantidad de información económica dispersa, por lo tanto, intentar manipular el mercado conlleva un problema de falta de mala información. Un uso eficiente de los recursos sólo se conseguirá a través del mecanismo de precios y éste, independiente de la transformación del negocio bancario, representan hoy por hoy el talón de Aquiles de la banca española. Establecer una acertada política de precios significa diferenciarse, y en ello estará gran parte de las ventajas competitivas a medio plazo, pues el largo ya no existe. Es el momento, por tanto, para que la banca le dedique más atención a la gestión de precios, dada su indudable importancia para la cuenta de resultados y la imagen pública de las entidades.