



cem

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 19 DE SEPTIEMBRE DE 2016

Así será el hotel de lujo de 135 metros en el

Se llamará Hotel-Suites Málaga Port e incluye 350 habitaciones, auditorios para congresos, un casino,

IGNACIO
LILLO

ilillo@diariosur.es

MÁLAGA. Sobre la plataforma del Dique de Levante, entre la estación marítima de cruceros y el puerto deportivo del Club Mediterráneo, se levantará un hotel de cinco estrellas Gran Lujo, de 135 metros de altura, que, si logra prosperar a nivel político y administrativo, se convertiría en el nuevo icono visual de la panorámica marítima de la ciudad. El proyecto, elaborado por el estudio del arquitecto José Seguí por encargo del grupo promotor y constructor Al Bidra, de Catar (que opera en este caso bajo la marca Andalusian Hospitality II), se presentará hoy en el Centro de Estudios Portuarios, en un acto que se espera que sea multitudinario.

La propuesta, que resultó elegida en el concurso público abierto meses atrás por la Autoridad Portuaria, con el beneplácito del Ayuntamiento de Málaga, se llama Hotel-Suites Málaga Port e incluye 350 habitaciones de entre uno y tres dormitorios, todas ellas con vistas al mar y a la ciudad. La inversión inicialmente prevista para poder acometerlo asciende a unos 120 millones de euros, según la información a la que tuvo acceso SUR.

El edificio diseñado consta de un basamento y de una torre que, en conjunto, alcanza las 35 plantas (una de ellas, hacia la mitad, destinada a instalaciones técnicas). En la parte baja se distribuyen los accesos al hotel y la mayoría de los servicios y de los usos complementarios y de ocio. Así, junto al vestíbulo, se abren el comedor para desayunos; un salón de eventos y una zona ajardinada con una gran piscina de tipo «infinity» (sin bordillos). También habrá un auditorio,

especialmente enfocado a la celebración de congresos; un casino y un área comercial con tiendas y hostelería.

Ya en la torre propiamente dicha, junto a las habitaciones se ha previsto, en la última planta, un restaurante de alto nivel, abierto al público, con vistas panorámicas; así como un bar y un centro de salud y belleza. La torre se coronará con una instalación fotovoltaica, para reducir los costes energéticos. Bajo todo el conjunto se abrirá un aparcamiento subterráneo.

La imagen más esperada

El grupo catari que promueve el hotel rascacielos de gran lujo en el Dique de Levante ha decidido presentar, a iniciativa propia y al margen de las instituciones implicadas, su propuesta a la ciudad. Será hoy y la exposición permitirá conocer por primera vez el diseño realizado por Seguí, para una instalación que, si finalmente se lleva a cabo, se con-

vertirá en un nuevo emblema de Málaga, como lo es el llamado Hotel Vela para Barcelona.

El concurso público convocado por el puerto se cerró el pasado junio, con la selección de esta propuesta como finalista y la eliminación de la única contrincante, la que lideraba el arquitecto madrileño Antonio Moneo para un fondo de inversión de Singapur. Precisamente, según fuentes próximas a la iniciativa, los promotores pretenden con este gesto poner de relieve su compromiso firme con la ejecución de la obra, en un momento de turbulencias en el terreno urbanístico

en la ciudad, tras lo ocurrido con el hotel de Moneo, y para lo que ya depositaron el año pasado un aval de dos millones de euros a la Autoridad Portuaria. Con todo, los promotores no pierden de vista que, a pesar de la adjudicación inicial, la posibilidad de que la infraestructura se convierta en una realidad todavía depende de una larga tramitación burocrática y política, con hasta tres administraciones implicadas; por lo que ponen de manifiesto su compromiso a respetar los plazos y a colaborar para culminar los ajustes legales que son obligatorios.

Hoy será el momento también de que la sociedad malagueña analice y se pronuncie sobre los pros y los contras de la propuesta, ya que hasta ahora los planos, las recreaciones y las cifras se habían mantenido exclusivamente en el ámbito de la Autoridad Portuaria, la Gerencia de Urbanismo y Puertos de Estado (dependiente del Mi-

La inversión inicialmente prevista asciende a unos 120 millones de euros



¿Qué hace falta para que el proyecto se haga realidad?

:: I. LILLO

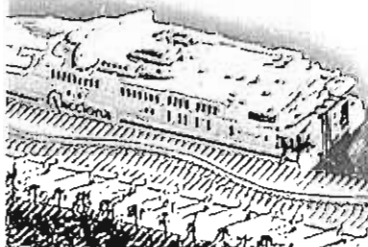
MÁLAGA. Una vez que la propuesta arquitectónica se hace pública hay dos líneas de trabajo que son necesarias: la primera es la institucional y política, que se da por lograda, una vez que desde la Autoridad Portuaria, el Ayuntamiento de la capital (con el alcalde, Francisco de la Torre, a la cabeza); Puertos del Esta-

do, el Ministerio de Fomento y, más recientemente, la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, se han manifestado claramente a favor. En este punto, sólo falta calibrar la reacción de la ciudadanía malagueña al visualizar lo que se pretende hacer en el Dique de Levante.

La segunda rama es más compleja y, sobre todo, llevará mucho más tiempo. A pesar de que ya hay una adjudicación inicial al fondo de inversión de Catar, todavía es necesaria una larga tramitación administrativa para que esta sea definitiva, lo que implica directamente a tres instituciones. La Autoridad Portuaria, con la colaboración de Puertos del Estado, tiene que completar la Delimitación de Espacios y

Usos Portuarios (Deup), esto es, el plan de ordenación urbana de los muelles, y en el que hay que incluir el hotel. En paralelo, la Gerencia de Urbanismo está inmersa en la modificación del Plan Especial del Puerto, en la que también hay que pintar la futura torre.

Una vez que estos dos pasos se completen, que van prácticamente de la mano, tocará elevarlo a la aprobación de Puertos del Estado, con el visto bueno del Ministerio de Fomento. Por último, el Consejo de Ministros del Gobierno de España deberá aprobarlo específicamente. En este contexto, y con tantos trámites por delante, no es probable que las obras sobre el terreno puedan comenzar, al menos, hasta 2018.



Puerto de Málaga

varios restaurantes y una zona comercial

nisterio de Fomento). Como una primera aproximación, junto a la coincidencia del Puerto, el Ayuntamiento, la Junta y el Gobierno central en que la iniciativa es positiva para Málaga, se pueden tomar las referencias visuales ya existentes: el nuevo rascacielos será 20 metros más alto que las grúas del muelle

de carga, y 35 más que la noria prevista junto a la estación marítima del Mellillero. El buque de crucero Oasis of the Seas se eleva a 70 metros sobre el mar; la Catedral, a 90 metros y La Equitativa, a 72. Será además mucho más baja que la polémica torre Pelli de Sevilla, que sube hasta los 178 metros.

LOS DATOS DEL HOTEL SUITES MÁLAGA PORT

35 plantas
135 metros

El número total de plantas incluye también el basamento, con el vestíbulo, comedores y salones de eventos.

Estación marítima

Auditorio

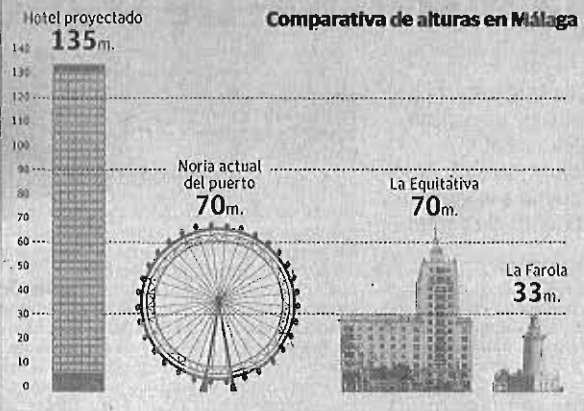
Enfocado principalmente a la celebración de congresos, podrá albergar hasta 550 espectadores.

500 plazas de aparcamiento

Además de al hotel, también darán servicio al Casino y al área comercial y de hostelería.

350 habitaciones

Todas ellas con vistas al mar y a la ciudad, contarán con entre 1 y 3 dormitorios.



MÁLAGA

La reactivación económica y las multas disminuyen el empleo sumergido

● La Inspección de Trabajo ha 'cazado' a 1.359 personas que realizaban infracciones y denuncia que están perdiendo efectivos

Ángel Recio MÁLAGA

La Inspección de Trabajo ha detectado menos empleo sumergido en el primer semestre de este año en la provincia de Málaga que en el mismo periodo del año anterior y lo achaca a la reactivación económica, al aumento del importe de las multas y a un menor número de inspectores. Según el balance aportado por este organismo a este diario, entre enero y junio de 2016 se han realizado un total de 3.086 inspecciones, un 20% menos que en el primer semestre del año anterior, en las que se ha conseguido aflorar a 1.359 personas que estaban trabajando de forma irregular. La mayoría de las inspecciones se realizaron en el sector servicios y en la hostelería, encontrando ahí el mayor número de incumplimientos. En la hostelería se destapó a 452 trabajadores en economía sumergida y en el resto de servicios a 630. En la construcción fueron 181 emplea-

vuelto a ser ocupados por españoles", apuntan fuentes de la Inspección.

Uno de los aspectos en los que la Inspección pone más énfasis es en la afiliación y el alta en la Seguridad Social. En el primer semestre del año han realizado 6.088 inspecciones en este sentido y han encontrado irregularidades en 446 casos, el 7,3% del total. La mayoría de los trabajadores afectados han sido en la hostelería y el resto de servicios, aunque en la construcción también se ha superado el centenar.

Sigue habiendo personas que están trabajando y, además, cobrando el paro, una baja médica o una invalidez permanente. En este año los inspectores han cazado a 259 en la provincia de Málaga, un número elevado si se tiene en cuenta que han realizado 478 inspecciones. Dieho de otra forma, han pillado a infractores en más de la mitad de sus visitas. No obstante, es un número menor al del mismo periodo del año pasado. "Hemos visto que hay menos empleo sumergido porque se ha elevado el importe de las multas. Ahora es de 3.126 euros por falta de alta en la seguridad social y de 10.000 euros por cada trabajador que esté cobrando el desempleo, incrementándose un 20% si hay dos empleados así, un 30% si hay tres y hasta un 50% si hay cinco", exponen estas fuentes, que señalan que los empresarios, en su mayoría, están prefiriendo no correr riesgos. No obstante, sí se está viendo en las inspecciones numerosos contratos a tiempo parcial, siendo más difícil de demostrar si ese trabajador echa las horas que pone su contrato o más.

Las actuaciones de este departamento han permitido recuperar para las arcas públicas 13,2 millones de euros entre enero y junio, casi 7 millones de euros menos que en el mismo periodo del año anterior. Además del menor empleo sumergido, en la Inspección denuncian que tienen menos personal porque no se han cubierto las bajas. Ahora hay 24 inspectores y 26 subinspectores en Málaga, cuatro menos que en ejercicios anteriores. Esas personas no solo vigilan la economía sumergida, sino que también se dedican a la prevención de riesgos laborales.



Un agricultor en el campo.

Las actuaciones del Gobierno permiten recuperar 13 millones a las arcas públicas

dos, en agricultura y pesca 60, y en industria 36.

Este año se ha notado un descenso especial en la economía irregular relacionada con extranjeros, es decir, aquellas personas no comunitarias que trabajan sin la autorización que debe conceder la Subdelegación del Gobierno. En el primer semestre de este año se han realizado 506 inspecciones en esta materia y solo se han descubierto 19 infracciones, de las cuales diez fueron en servicios, nueve en hostelería y una en industria. No se hallaron estos problemas en el sector de la construcción y la agricultura y pesca, dos áreas en las que la contratación de extranjeros ha sido habitual. "Muchos extranjeros no comunitarios se fueron de Málaga por el paro y, además, con el incremento de la actividad económica se ha visto una mayor regularización de los puestos de trabajo, muchos de los cuales han

El falso autónomo impera en las empresas, pero hay que denunciarlo

Una de las figuras que se ha puesto de moda en las empresas malagueñas en los años de crisis y que continúa en la actualidad es la del falso autónomo, es decir, una persona que está dada de alta como autónomo pero que dedica toda su jornada laboral a una única empresa, siendo en realidad un autónomo dependiente. Fuentes de la Inspección

de Trabajo aseguran que "hay muchos en las empresas", aunque señalan que para destaparlos es necesario que se presente una denuncia ante esta institución. Indican que, en general, es difícil demostrar las irregularidades en los autónomos "porque si haces una visita y ves a alguien que no está dado de alta tiene ese mes para hacerlo sin acarreor infracción". Por otra

parte, otro fenómeno que se impulsó en los años de crisis fue el de las empresas ficticias. Son aquellas que no tienen ninguna actividad y que dan de alta a trabajadores, a cambio de dinero, para que éstos tengan luego derecho a cobrar prestaciones como el desempleo. En el primer semestre se han realizado 198 inspecciones detectándose 90 infracciones, de las cuales 54 han sido con falsas empresas en el sector servicios, 33 en la construcción, dos en hostelería y una en industria.

La consulta ciudadana sobre los terrenos de Repsol se desinfla y obliga a una salida pactada



FRANCISCO JIMÉNEZ

✉ pjimenez@diariosur.es

Equipo de gobierno y Ciudadanos descartan realizar un sondeo como alternativa y se reunirán la próxima semana para desbloquear el proyecto

MÁLAGA. Se aprobó a finales de enero y estaba llamada a ser la primera consulta popular que se organizaría en Málaga, pero la realidad es que a medida que pasa el tiempo se antoja más remota la posibilidad de que los malagueños decidan el futuro de los terrenos de Repsol para zanjar el debate que hasta el momento no han sido capaces de resolver los cinco grupos políticos del Ayuntamiento sobre si deben mantenerse las torres de viviendas, equipamientos y un parque de 70.000 metros previstos inicialmente; destinarse los 177.548 metros cuadrados de parcela de los antiguos depósitos a la creación de un gran bosque urbano en una de las zonas más masificadas de toda Europa; o adoptar una solución intermedia.

A día de hoy, la situación está igual de encallada que lo estaba en mayo, cuando el secretario general del Ayuntamiento advirtió de que la ley no permite realizar una consulta popular si se ve afectada la hacienda local, como sería el caso ya que el Consistorio es titular de parte de unos derechos edificatorios en la parcela que, cuando fueron tasados hace una década en pleno 'boom' del ladrillo, se cifraron en 70,3 millones de euros. Posteriormente, y a petición del PSOE, el habilitado nacional emitió un nuevo informe en el que dejaba la puerta abierta a la realización de un sondeo o encuesta para conocer qué quieren los vecinos. Una puerta que ni el equipo de gobierno del PP ni su socio de investidura Ciudadanos tienen intención de atravesar al considerar que una muestra aleatoria de una pequeña parte de la población (la consulta establecía que podían votar todos los empadronados mayores de 16 años) no debería servir para tomar una decisión de tal calado. Teniendo en cuenta que los 13 ediles del PP y los 3 de su socio de investidura suman una mayoría suficiente en la Casona frente a los 15 de los partidos de izquierdas (PSOE, Málaga Ahora e IU-Málaga para la Gente), la posibilidad de preguntar a los ciudadanos se desvanece.

«No podemos dejar en manos de una encuesta un proyecto desarrollable que en su conjunto puede suponer una inversión de 225 millones y generar unos 3.000 empleos,



Recreación del proyecto residencial vigente, con las torres próximas al bulvar y el parque en la parte que da a la avenida de Europa. :: sur

apunta el concejal de Ordenación del Territorio y Vivienda, Francisco Pomares.

En este sentido, cabe reseñar que según los cálculos de la Gerencia Municipal de Urbanismo, el impacto para las arcas públicas que supondría renunciar a los usos residenciales sería de 155 millones entre el dinero que dejaría de ingresar por renunciar a los aprovechamientos urbanísticos (70,3 millones), lo que tendría que pagar para obtener el resto de la finca (la parte que posee la Sareb o 'banco malo' está tasada en 53,4 millones y el suelo para las 400 VPO en otros 11,4) y los aproximadamente 20 millones que se llevarían la creación del parque y las infraestructuras viarias.

En una postura similar, en Ciudadanos también reconocen que la alternativa del sondeo «no conven-

El gobierno municipal no descarta renunciar a alguna de las torres de pisos, pero siempre que sea viable económicamente

ce». «No puedes hacer una encuesta preguntando a la ciudad entera porque entonces sería una consulta encubierta, así que si la consulta como tal no es viable, tendremos que sentarnos a encontrar una salida», afirma el vicepresidente de la formación naranja, Alejandro Carballo. En definitiva, volver a negociar.

Nuevos contactos

Y eso es precisamente lo que pretende hacer la próxima semana con Ciudadanos el gobierno que preside Francisco de la Torre, donde después de mostrarse reacios todo lo que va de año ahora ya no ocultan que van a tener que sacrificar parte del proyecto residencial para salir de esta encrucijada. «Estamos dispuestos a estudiar hasta dónde podemos llegar, pero conviene recordar que estamos hablando de modificar una normativa urbanística que requiere una viabilidad técnica, jurídica y económica», expone Pomares, quien además de incidir en el discurso de que está en juego toda una estrategia de desarrollo que afecta a todo el entorno, precisa que aunque en Carretera de Cádiz y Cruz del Humilladero hace falta un pulmón verde, también se necesita una revitalización urbanística, social y económica.

De momento, a lo más que ha llegado el equipo de gobierno ha sido a plantear más zona verde (el original contemplaba un parque de 70.000 metros cuadrados, similar al Parque del Oeste) a costa de quitar

LAS TRES PROPUESTAS

Partido Popular

Viviendas, comercios y parque: El equipo de gobierno defiende las bondades del proyecto residencial aprobado, consistente en cuatro torres de hasta 34 plantas para 932 viviendas, oficinas, comercios y un hotel; además de otros cuatro edificios para 400 VPO; un parque de 70.000 metros y arañar más zonas verdes y uso público a costa de quitar equipamientos.

PSOE, Málaga Ahora e IU-Málaga para la Gente

Un bosque urbano: Los tres grupos de izquierdas proponen cambiar el planeamiento urbanístico vigente para eliminar todos los usos edificatorios y destinar toda la finca a zona verde. En este sentido, cabe reseñar que de los 177.548 metros cuadrados de parcela, 43.326 son para viario (bulvar y todo el perímetro). Esta propuesta también la defiende la plataforma ciudadana Bosque Urbano Málaga.

Ciudadanos

Solución Intermedia: La formación naranja propone reducir a un tercio los usos residenciales, comerciales y de equipamientos públicos para destinar todo el suelo situado al sur del bulvar a un bosque urbano de 124.000 metros.

equipamientos. Pero manteniendo intactos los cuatro rascacielos de hasta 34 plantas para 932 viviendas, oficinas y un hotel, así como otros cuatro edificios para 400 VPO.

Ante el bloqueo existente, en las filas populares ya barajan la opción de renunciar a alguna de las tres torres que corresponden al Ayuntamiento (la cuarta, en la que irían viviendas y el hotel), pertenece a la Sareb o 'banco malo') para ganarse el apoyo de Ciudadanos. Aunque podría ser insuficiente para convencer a la formación naranja, cuyo planteamiento consiste en reducir a un tercio los usos residenciales, comerciales y de equipamientos públicos para así destinar todo el suelo situado al sur del bulvar a ese pretendido bosque urbano de 124.000 metros cuadrados. «Si quieren mantener las cuatro torres, que no cuenten con nosotros», advierten de partida. ¿Y si renuncian a una? En Ciudadanos tampoco lo acaban de ver factible, pero si que se muestran abiertos a «flexibilizar» su propuesta «si el equipo de gobierno plantea algo razonable».

Mientras tanto, los tres grupos de izquierdas (PSOE, Málaga Ahora e IU-Málaga para la Gente) se mantienen firmes en su apuesta por borrar de los planos todo el ladrillo y destinar la finca íntegramente a un gran pulmón verde, como también defiende la plataforma ciudadana Bosque Urbano Málaga, que el pasado mes de julio se presentó en el Ayuntamiento con 30.000 firmas de apoyo como aval.

La Junta acusa a Fomento de eludir su compromiso con el tren del puerto

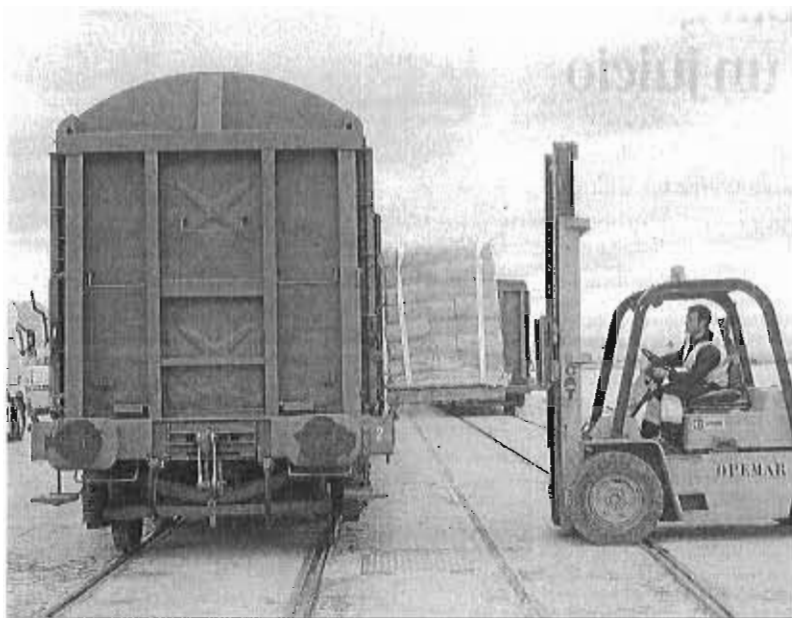
● Ruiz Espejo cree que no se debe permitir "que se discrimine a Andalucía y a Málaga"

S. Sánchez · B. Díaz MÁLAGA

La estrategia puesta en marcha el pasado jueves por el ministro de Fomento en funciones, Rafael Catalá, al depositar sobre la Junta de Andalucía y el sector privado la respuesta a la financiación del soterramiento del tren del puerto, tuvo ayer respuesta contundente por parte de la Administración regional. "Es una forma irresponsable de eludir la competencia que tiene el Gobierno; intenta trasladar a otras administraciones algo que le corresponde a ellos, es algo no tolerable", afirmó en una primera reacción el delegado de la Junta en Málaga, José Luis Ruiz Espejo.

A su juicio, el mensaje lanzado por Catalá constata "la falta de compromiso y voluntad del Gobierno de cumplir con Andalucía y con Málaga; no creo que debamos permitir que se discrimine a Andalucía y a la provincia". En esta misma línea, cuestionó que se pretenda implicar en este proyecto al sector productivo del espacio portuario.

En esta misma línea crítica se posicionaron el pasado jueves los propios empresarios, que calificaron como "sin sentido" el planteamiento hecho por el ministro en funciones. Ayer, la ausencia de compromiso de Fomento con esta obra generó la respuesta crítica del PSOE e IU. La portavoz socialista en la Casona del Parque, María del Carmen Moreno, acusó a Catalá de venir a Málaga a "enredar sobre un proyecto vital para el futuro logístico del puerto como es el soterramiento de las vías del tren que pasan por el distrito de Carretera de Cádiz".



Uno de los trenes de mercancías, en el puerto de Málaga.

El Gobierno solo reserva 200.000 euros para actualizar el proyecto

Las partidas diseñadas por el Gobierno central para la provincia de Málaga en el presente ejercicio apenas incluyen 200.000 euros para el soterramiento del tren del puerto. Y en concreto, para actualizar el proyecto que en su día elaboró y presentó el Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (Adif). Esta infraestructura viene siendo en el último lustro una de las grandes olvidadas en las cuentas estatales, al punto de que la iniciativa impulsada durante la última fase del Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, está carente de fondos para su impulso desde

aquella fecha. Y ello a pesar de que las reclamaciones por parte del Ayuntamiento de Málaga han sido continuas. Ya en 2012, el Pleno municipal acordó insular al Ejecutivo de la Nación a dar un paso adelante y asumir la financiación necesaria para el proyecto. Más recientemente, el pasado mes de mayo, la Corporación por unanimidad avaló una moción semejante. Sin embargo, la respuesta ahora conocida por boca del ministro de Fomento en funciones constata la negativa estatal a afrontar el grueso de la obra, apuntando de manera clara a la Junta y al sector privado.

blema; pese a su manifiesta necesidad no se ha invertido en la modernización del trazado para tráfico de mercancías y el soterramiento ferroviario", expuso. Sempre informó de que el grupo municipal Málaga para Gente presente a la comisión de Movilidad y Urbanismo una moción relativa a ésta y otras cuestiones que permiten el desarrollo portuario. En concreto, se pretende instar al Ministerio de Fomento a la modernización del trazado para tráfico de mercancías y su soterramiento.

Por su parte, el alcalde, Francisco de la Torre, eludió ayer exigir al Gobierno el cumplimiento de los compromisos asumidos en esta obra y subrayó que se trata de una infraestructura que excede las competencias municipales. De hecho, abogó por que el peso de esta obra recaiga sobre los fondos europeos. Con ello, dio a entender que las arcas municipales no deben participar en una actuación que permitiría eliminar los pasos a nivel que atraviesan Héroe Sostoa, calle Ayaia, López Pinto y el Paseo Marítimo Antonio Machado.

"Hace falta movilizar fondos europeos", sostuvo ayer el man-

El regidor aclara que no se trata de una obra que competa al Ayuntamiento

"Esta obra estaba comprometida por el Gobierno, hay un proyecto que está guardado en los cajones de Adif; esa obra se la debe el Gobierno a Málaga, no cabe implicar a empresarios y enredar este asunto porque el objetivo del ministro es dilatar en el tiempo la actuación", declaró Moreno. En este sentido, recordó que no se trata de una autopista de peaje en la que los empresarios que hacen la infraestructura después la explota. "¿O es que piensa el ministro en funciones cobrar por cada tren que pase por las vías soterradas?", se preguntó.

Desde IU, su diputada nacional Eva García Sempere criticó a Catalá y recordó las múltiples promesas del PP a lo largo de estos años, "cuyos incumplimientos pretende ahora encubrir implicando a empresarios". "El Puerto sigue arrastrando un grave pro-

datario municipal en su primera comparecencia tras regresar del viaje realizado a Estados Unidos. "Los fondos europeos no los ponen a disposición de los ayuntamientos, los administran, los distribuyen, los adjudican la propia Junta, la mayoría, y también el Estado", dijo, añadiendo: "Este tipo de obras está más planteado a nivel de la propia Junta".

"En lo que tiene que participar es en esa gestión, no es una obra que corresponda al Ayuntamiento", sentenció, y añadió: "cuando hay fondos europeos lo que hay que hacer es ser inteligente impulsando que se utilicen y la administración que le corresponda poner lo correspondiente, ya veremos si tenemos que entrar". "Si fuera nuestra la obra pondríamos el cien por ciento de la misma; si hace falta colaborar, colaboraríamos", dijo.

De la Torre critica que el consejero no quiera enterarse del rechazo al Metro al Civil

Redacción MÁLAGA

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, preguntó ayer al consejero de Fomento, Felipe López, "cómo resuelve la oposición vecinal" que existe a la prolongación del Metro en superficie hasta el Hospital Civil con la declaración del tramo como de interés metropolitano.

El regidor del PP, que volvió a defender la propuesta del Metrobús como alternativa al trazado ferroviario, insistió en destacar la existencia de una "una oposición vecinal" y dijo que la Junta que "no quiere enterarse de este tema".

Frete a ello, aseguró haber puesto sobre la mesa alternativas que permiten superar esa

negativa. "Son soluciones que tienen consenso vecinal, soluciones que son más baratas", afirmó. "Eso sí que es interés metropolitano, general y de todos; que el bolsillo de los malagueños y de los andaluces esté respetado con unas soluciones más baratas en el costo y en el mantenimiento y sobre todo soluciones que no tienen el punto



Metro de Málaga.

enorme de debilidad", apostilló.

Para De la Torre, el cambio contractual acordado por Fomento con la concesionaria del Metro en 2014 era "absolutamente débil, porque no tiene fundamento" y aseguró que no se podía adjudicar una línea que no estaba en el concurso inicial. De igual modo, se preguntó "por qué se ha inerenentado la rentabilidad con los acuerdos que se han llegado, los contratos, para la concesionaria; eso a los ciudadanos andaluces y malagueños sí les importan".

MÁLAGA

ECONOMÍA | GRAN DESEMBOLO EN LA PROVINCIA



Ángel Recio MÁLAGA

Málaga está batiendo mes a mes su récord de turistas y eso se traduce en muchos millones de euros. Los fondos de inversión y las cadenas hoteleras, nacionales e internacionales, tienen equipos especializados para valorar la rentabilidad a la hora de invertir en cientos de ciudades del mundo y Málaga, tanto la capital como el resto de la provincia, está ahora entre las prioridades. El último ejemplo se ha producido esta semana con el anuncio de compra del emblemático hotel Byblos de Mijas, cerrado desde el año 2009, por parte del grupo Ayco. Esta empresa madrileña prevé invertir 60 millones de euros para devolver el esplendor perdido a este hotel de cinco estrellas. Fuentes de la compañía aseguran que esta semana se reunirán con el alcalde de la localidad y otros técnicos y en los próximos días darán más detalles sobre el proyecto.

A pocos kilómetros, en Marbella, un grupo inversor de Hong Kong llamado Platinum Estates afirmó en diciembre que había adquirido un terreno en primera línea de playa para construir un resort hotelero de lujo con

El récord turístico atrae a inversores de medio mundo

• Empresas y fondos españoles, norteamericanos, asiáticos o árabes están apostando con fuerza por la apertura de hoteles en Málaga por su alta rentabilidad

una inversión que podría rondar los 300 millones de euros. El proyecto se presentó ayer en Marbella. El hotel contará con 600 camas, creará unos 1.000 puestos de trabajo directo, estará dirigido a clientes de alto poder adquisitivo y lo gestionará una marca cuyo nombre se anunciará en una de las próximas ferias turísticas que se celebrarán antes de que acabe el año y en la que estará presente el

municipio, según indicó ayer el representante del grupo en España, Juan Luis Segalerva.

En Málaga capital el grupo español Santos está ultimando las obras del hotel Miramar, un gran complejo de cinco estrellas cuya apertura está prevista para diciembre tras invertir 60 millones de euros. Otro hotel de lujo, en este caso en proyecto, será el del dique de Levante en el puerto de Málaga. Precisamente mañana

la firma Andalusian Hospitality II, perteneciente al grupo cataní Al Bidda Group, dará una rueda de prensa a las 12:00 para presentar su propuesta, cuyo nombre es hotel Suite Málaga-Port.

El hotel NH casi duplicará sus plazas en la capital tras recibir la licencia por parte de la Gerencia de Urbanismo y sus directivos están peinando el mercado en la ciudad con el objetivo de construir o gestionar un hotel de cin-

co estrellas. En la cadena AC Marriott, más de lo mismo. Su buque insignia, el Málaga Palacio, acaba de cumplir 50 años, y en el homenaje que se realizó el pasado 1 de septiembre, el presidente de la empresa, Antonio Caralán, adelantó en una entrevista con este diario que buscan una ubicación para abrir otro hotel de cuatro estrellas en la capital.

El espacio existente en el centro no es excesivo, aunque sí hay algunas parcelas que están preparadas desde un punto de vista urbanístico para crear un hotel como la del antiguo cine Andalucía o el Palacio del Marqués de la Sonora, ambos en el entorno de la plaza de la Merced. Por otra parte, la Junta de Andalucía ha solicitado al Ayuntamiento de Málaga que se modifique el planeamiento para que el edificio de Correos pueda tener un uso hotelero, algo que ha sido muy bien visto en la institución municipal.

“Estamos en un momento histórico en la ciudad”, explica Julio Andrade, concejal de Turismo de Málaga, quien subraya que, si bien la oferta de la capital ha aumentado de forma considerable en los últimos años, la demanda de viajeros es aún ma-



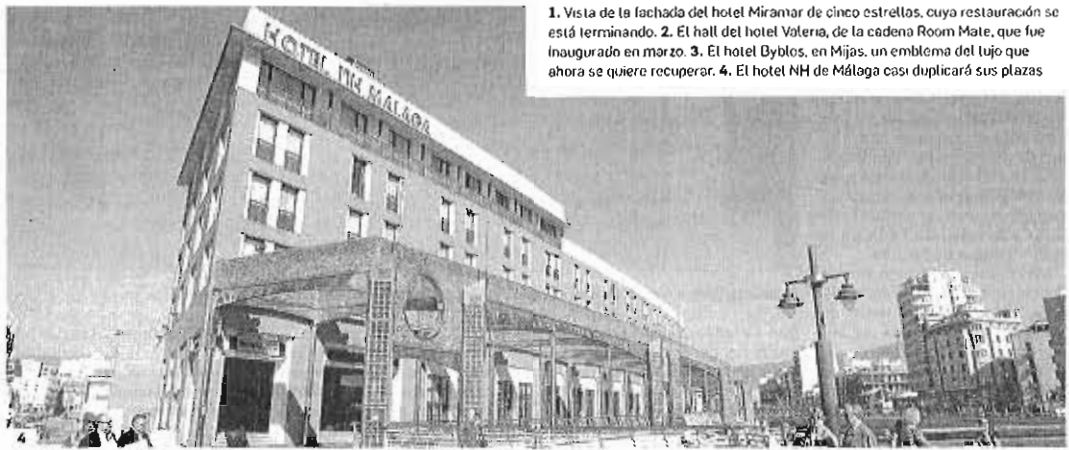
FOTOGRAFÍAS: JAVIER ALBIRANA



2



3



1. Vista de la fachada del hotel Miramar de cinco estrellas, cuya restauración se está terminando. 2. El hall del hotel Valeria, de la cadena Room Mate, que fue inaugurado en marzo. 3. El hotel Dyblus, en Mijas, un emblema del lujo que ahora se quiere recuperar. 4. El hotel NH de Málaga casi duplicará sus plazas

4

yor. Hay un dato esclarecedor. Los hoteles de la capital, en momentos concretos, tuvieron que ceder el año pasado 70.000 pernoctaciones a hoteles de otros municipios porque estaban completos. "Tenemos una oferta de 13.000 camas hoteleras que es insuficiente. Pensamos que es muy razonable llegar hasta las 15.000 camas en los próximos cuatro años y a las 18.000 ó 20.000 en los cuatro posteriores", subraya Andrade.

El concejal se reúne de forma habitual con representantes de diversas cadenas e inversores y la opinión es unánime. "Nos dicen que en Málaga la rentabilidad es muy buena y que el retorno de la inversión se consigue en un plazo menor que en otras ciudades. Nos aseguran que Málaga y Bilbao son dos polos en los que se están centrando porque el negocio es mayor que la media", incide. Aparte de las reuniones oficiales con el Ayuntamiento, Andrade reconoce que "hay mucho movimiento entre privados" al margen del consistorio. Una prueba de ello es que en 2015 se produjeron varias compras importantes. Hispania Activos Inmobiliarios adquirió el Vincci Málaga por 10,4 millo-

nes de euros; la cadena Monte vendió el Monte Málaga a Ilunion Hotels, perteneciente al grupo de la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE); el Silken Puerta Málaga fue vendido por el grupo Urvasco a Hi Partner; y el Tryp Alameda fue incluido en un paquete de Testa Inmobiliaria, propiedad de Sacyr, que fue comprado por Merlin Properties. El pasado mes de marzo, además, abrió

Un grupo de Hong Kong quiere un gran hotel en Marbella y otro de Qatar en el puerto de Málaga

sus puertas el hotel Valeria, un establecimiento de cuatro estrellas gestionado por la cadena Room Mate.

En total, según un informe de la consultora especializada Irea, los grupos inversores desembolsaron el año pasado en Málaga 172,9 millones de euros, el triple que en 2014. Gonzalo Gutiérrez, experto del departamento hotelero de esta firma, destaca que "aunque es difícil que en

2016 se alcance la cifra de inversión de 2015, el momento en Málaga sigue siendo muy bueno y el interés de los inversores por el sector turístico va en aumento, sobre todo el de los fondos". Este profesional recalca que tradicionalmente los grandes fondos de inversión solo ponían el foco en Madrid y Barcelona, "pero ahora también están entrando con fuerza en Málaga hasta el punto que se ha convertido en el

La capital tiene 13.000 camas hoteleras y el concejal cree que se llegará a las 20.000

tercer destino urbano en España en la prioridad de estos inversores". Otro estudio, en este caso de la consultora internacional CBRE, publicado en noviembre, aseguraba que España había pasado del puesto 16 en 2013 al sexto en 2015 en inversión inmobiliaria en el mundo.

La tendencia tiene visos de consolidarse, al menos, en un medio plazo. Está creciendo el número de viajeros y la estancia

media en los hoteles gracias a la oferta de sol y playa, cultural o deportiva, entre otros, y también, en gran medida, a la gran inestabilidad política y la inseguridad ciudadana en competidores como Egipto, Túnez o Turquía, lo que está provocando que millones de turistas hayan optado por España en lugar de esos destinos, a priori, más peligrosos. "Las perspectivas en turismo siguen siendo buenas

Aehcos afirma que reciben "de manera continua" llamadas para pedir información

para los próximos años en España porque el problema en esos países parece estructural y eso llama a los inversores", recalca Gutiérrez.

Una ley clara de la economía es que si hay más demanda sube el precio. Ya está pasando en Málaga capital, donde no hay una gran disponibilidad de inmuebles para uso hotelero en el centro y el precio de los existentes se está revalorizando. Los

hoteleros reconocen que el mercado está caliente. "Durante años las inversiones en el sector turístico se veían de lejos y cayeron establecimientos con la crisis, aunque ahora hay un repunte por el récord de ocupación, somos un objetivo para los inversores y Málaga ha pasado a ser prioritaria", señala Luis Callejón, presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), quien indica que en esta patronal reciben "de manera continua" llamadas solicitando información de hoteles en venta o en alquiler para explotarlos. "Málaga ha salido hasta en *The New York Times* y los inversores están viendo a la provincia como una zona con productos de rentabilidad alta, tanto para hoteles como para apartamentos o viviendas turísticas", narra.

La combinación es perfecta. Los inversores trabajan para ganar el mayor dinero posible y a Málaga, como al resto del país, están llegando más turistas que nunca, con su consiguiente desembolso en el destino. Falta por ver lo más importante. Cuánto empleo se podrá crear con este tirón inversor en una provincia con un 26% de tasa de paro.



La proliferación de pisos turísticos ha modificado sustancialmente la fisonomía de muchas calles del centro. ALEX ZEA

El alquiler turístico crece en Málaga y suma ya 2.100 nuevas tramitaciones al mes

► La provincia domina el mercado en Andalucía, con más del 60% de las propuestas enviadas a la Junta ► El crecimiento del turismo y de los pisos vacacionales ha acabado afectando al arrendamiento común ► Málaga es ya la ciudad de Andalucía en la que más se encarecen los precios



Lucas Martín
MÁLAGA

FOTOS DE ALEX ZEA

■ No es ni siquiera necesario atender a los números. Basta, para los que vivan en Málaga, con una simple y despreocupada exploración por las calles del centro. Edificios que hasta hace muy poco lucían envejecidos, con vecinos sacando a pasear el perro, convertidos en un corredor continuo de maletas. El alquiler vacacional, acaso el fenómeno de mayor impacto de cuantos se han dado en los últimos años en la industria turística, ya no es sólo un

motivo de debate, sino una realidad visible, con repercusiones económicas que van desde la generación de riqueza a un poder transformador que afecta tanto al urbanismo como al perfil sociológico del habitante y el mercado regular de los pisos, notablemente encarecido en las zonas de influencia.

Las viviendas turísticas, que hasta el pasado mayo funcionaban en la trastienda de la ley, sin ninguna figura normativa que las

La ciudad es ya el punto de la región andaluza en el que más cuesta vivir de alquiler, con unas tarifas sólo rebasadas por Marbella

ampararse, son la punta de lanza de una revolución, la del turismo, que ha puesto patas arriba la configuración de las ciudades. Sobre todo, en destinos de reciente invención como Málaga, donde la gestación

de nuevos proyectos ha adquirido un ritmo sensiblemente ajetado. Y más, si se comprueban las primeras listas oficiales, que son las del registro de la Junta, la administración encargada de tutelar el tránsito desde el limbo jurídico a una situa-

ción reconocible y con plenas garantías legales.

En los cuatro meses que lleva el decreto en vigor, han sido un total de 0.134 los pisos de la provincia que han iniciado los trámites para darse de alta. Una cifra abultada, que sumada a la de todos los propietarios que han apostado por seguir en la clandestinidad, desafiando, esta vez sí, a la ley, deja entrever la fuerza con la que se ha instalado el negocio en lugares como la Costa del Sol, que a nivel andaluz, domina ampliamente el panorama.

Según los datos actualizados por la administración autonómica, son ya más de 2.100 las referencias de viviendas de Málaga que solicitan cada mes ser incluidas en el catálogo. En lo que respecta al cómputo general autonómico, eso significa que más del 60 por ciento de los alquileres que han demandado ser legalizados se emplazan en la provincia. La diferencia con el resto de destinos andaluces es cada vez más acentuada: de hecho, Cádiz, la segunda zona más activa, apenas concentra desde mayo 1.855 solicitudes, menos de una cuarta parte de las enviadas hasta el momento por la Costa del Sol.

La rotundidad que reflejan los primeros balances tiene su constatación paisajística en barrios urbanos como el centro de Málaga, que es uno de los lugares donde más acomodo ha encontrado esta fórmula de alojamiento. Bloques varados por el estallido de la crisis, construcciones de nuevo eño y edificios rehabilitados han encontrado en el alquiler vacacional una nueva vía para volver a sacar rendimiento al mercado inmobiliario. Hasta el

Las cifras

3.719

Pisos vacaciones en Málaga con licencia

► Del total de solicitudes remitidas al registro de la Junta de Andalucía un total de 3.719 han superado ya todos los trámites y disponen de una inscripción y un número para funcionar con todas las garantías.

60,6%

Mayoría de referencias en la provincia de Málaga

► Málaga es la provincia andaluza en la que más acogida ha tenido el alquiler turístico. El 60,6% de las viviendas con trámite de legalización en curso corresponde a la Costa del Sol (8.431 sobre un total de 13.910)

980 €

El alquiler medio más elevado de Andalucía

► De acuerdo con el último recuento del portal especializado En Alquiler el precio medio del arrendamiento en el centro de Málaga se ha elevado hasta los 980 euros. La cifra es el producto de sumar los alquileres más económicos con la oferta del lujo.

Del vecino al turista: la otra cara de la transformación urbana

► La rápida reinención del centro de Málaga y el nacimiento del turismo amenazan con desplazar la vida residencial y agita el fantasma del colapso ► El Ayuntamiento busca alternativas y soluciones

► Los puntos de mayor concentración hostelera han sufrido una despoblación pronunciada en estos años

L. MARTÍN MÁLAGA

■ Edificios enteros, como los adquiridos recientemente por la empresa Enforex, dedicados a academias de idiomas y zonas de alojamiento. Hostales, con su equivalencia anglosajona, de los que están de moda en toda el mundo. Apartamentos, hoteles, gastrobares, restaurantes. No son únicamente las viviendas turísticas, sino todo un desembarco. Una transformación de crecimiento exponencial que ha surgido atraída por el espectacular ingreso de Málaga en la economía del turismo. Y que va camino, sino lo ha hecho ya, de reinventar el centro de la ciudad, tanto en su fisonomía más evidente como en el modelo de convivencia pública.

Lo que empezó siendo una remodelación necesaria de la zona, deprimida en los ochenta, ha acabado por redefinir totalmente el espacio. El centro ahora da dinero. Y mucho. Y atrae numerosos proyectos e inversiones. Si bien con un coste que para los vecinos es cada vez más intolerable. Y que, como se desprende de los indicadores que maneja el Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU), está provocando la despoblación gradual de las calles más castigadas. El ruido, la falta de diversidad comercial, los altos precios y la sensación de anomalía continua ha provocado que cada lustro, a juzgar por las cifras de 2008 a 2013, más de 20.000 residentes decidan mudarse a otra zona. Y que el turista, el habitante temporal, sustituya al vecino, con todas las implicaciones que eso implica en términos de equilibrio y de turismo sostenible.

En el Ayuntamiento de Málaga están avisados del problema. De hecho, el plan director del área,



Muchos edificios esperan la certificación definitiva. az

consensuado con colectivos, incluye en su programación para los próximos cuatro años la necesidad de prevenir futuros excesos. Julio Andrade, responsable de Turismo y Promoción, apuesta por fomentar la diversidad y crear nuevos focos de atracción turística que descarguen la presión que actualmente soporta el centro. Una política que incluye también válida, incluso, para la propia zona de concentración, que lejos de extenderse por todo el barrio, se concentra en apenas una manzana de calles. «Málaga cuenta con segmentos como la naturaleza y puntos como el museo Ruso que tienen que servir para abrir nuevas áreas de interés. Es precisa-

mente lo que queremos hacer con la reforma de los paseos marítimos de El Palo y Pedregalejo», indica.

La polarización del turismo de la que habla Andrade se observa también en las cifras del OMAU, que fijan la pérdida de población más importante en nudos como los que comunican la calle Beatas con Tomás de Cózar, que es una de las áreas con mayor volumen

de bares y locales nocturnos.

El enfrentamiento permanente entre hosteleros y residentes marca en este sentido una pauta muy a tener en cuenta. Y que tiene sus espejos negativos en ciudades como Barcelona, que ya ha empezado a acusar seriamente la falta de control, con episodios de rechazo colectivo hacia el turismo de masas. Es la famosa muerte de la gallina de los huevos de oro. Una amenaza, quizá la principal, de la que Málaga tendrá que cuidarse para no empañar su desarrollo.

Precio medio por una vivienda de 100 metros en Málaga en 2015

780 euros

Precio medio por una vivienda de 100 metros en 2014

675

Las Claves

MOLESTIAS

Zona de bares y movida: los problemas del ruido

A pesar de la prohibición del botellón, la concentración de bares y locales de copas ha despertado las protestas de los vecinos, que se quejan del continuo bullicio.

ENCARECIMIENTO

El efecto cadena sobre la oferta: precios más altos

La proliferación del negocio turístico ha inflado los precios de la mayoría de los servicios del centro, incluida buena parte de la restauración y los arrendamientos.

ANOMALÍA

Los costes del escaparate social: marcha nocturna y fiestas

La focalización de la vida urbana en el centro hace que en un escenario reducido se concentren la mayoría de los espectáculos y las fiestas populares.

DIFERENCIAS

Concentración en un ramillete de pocas calles

La asimetría en cuanto a afluencia de turistas con respecto al resto de la ciudad se reproduce asimismo en el propio centro, con calles mucho más transitadas que otras.

La provincia cuadruplica el número de solicitudes de Cádiz, que es la segunda provincia más activa en pisos turísticos

punto de contagiar a muchos particulares, que han pasado del arrendamiento convencional a dejar su apartamento en mano de gestoras dedicadas a tratar exclusivamente con visitantes. Las consecuencias no se han hecho esperar: el peso de los turistas es cada vez mayor en el vecindario. Y los precios, incluidos los del alquiler común, se han disparado. En un entorno gobernado por el turismo, nadie quiere perder la oportunidad de sacar tajada. Y así lo confirman los informes periódicos de Idealista y Fotocasa, que ya el año pasado detectaban en Málaga el mayor salto de tarifas de toda la comunidad, con una subida del 13,5 por ciento, cuatro veces más que la calculada en ese mismo período en el conjunto de España.

En 2015 el alquiler de una vivienda de 100 metros llegaba en Málaga a los 780 euros. Una cantidad contenida por la asimetría entre los barrios y que actualmente ha seguido su escalada. La ciudad, pese a las diferencias internas, ya es la localidad andaluza en la que más cuesta vivir de arrendamiento, con la única excepción de Marbella, que siempre se ha manejado en otra dimensión, propulsada por las exigencias de su modelo de demanda. Málaga se reinventa también de puertas para adentro. Y sin que todavía se aviste, ni siquiera remotamente, el final del carbo.



EL SECTOR INMOBILIARIO SE REARMA EN LA COSTA

En la capital malagueña hay a día de hoy «demanda insatisfecha» de vivienda, según los expertos. FERNANDO GONZÁLEZ

M

ENTREVISTA
EL JUEZ DECANO
JOSÉ MARÍA PÁEZ
DENUNCIA LA DIFÍCIL
SITUACIÓN DE
LOS JUZGADOS
EN MÁLAGA **16**



NURIA TRIGUERO

ntriguero@diariosur.es

Más de 120 promociones se han iniciado en los últimos dos años ante la perspectiva de que en un futuro cercano falte vivienda en la zona

¿ Le suena de algo el Grupo TM? Lo más seguro es que no. Pero es probable que si se acuerde de aquellos apartamentos en Torreveja que regalaban en el 'Un, dos, tres'. Bueno, pues la promotora que estaba detrás de aquella genial fórmula promocional —genial porque consiguió grabarse a fuego en la memoria colectiva de los es-



Los expertos del sector creen que en la provincia no quedan más de dos mil viviendas en 'stock'

▶ pañoles- era el Grupo TM. Es una empresa familiar que siempre se había centrado en el Levante y Mallorca y nunca había puesto sus miras en la Costa del Sol... hasta hace un año. Tiene en marcha una promoción en Marbella y otra en La Cala de Mijas. ¿Por qué ahora?

Lo cierto es que la inmobiliaria levantina no es la única que ha acu-

dido al efecto llamada que ejerce la Costa del Sol en el inicio de este ciclo expansivo. El litoral de la provincia, incluyendo la capital, se ha convertido en un imán para promotoras, fondos, socimis y demás actores del ladrillo. Multinacionales como Taylor Wimpey o Crystal Lagoon, promotoras nacionales como Rayet, Inmobiliaria del Sur, Mazabi o la citada TM... Sin olvidar,

claro, a los bancos, los grandes protagonistas de la nueva era del ladrillo, que aceleran el ritmo de reactivación de promociones heredadas de la crisis. Según la estadística de visado de viviendas que elabora el Colegio de Arquitectos, en los dos últimos años se han iniciado en la provincia más de 120 nuevas promociones residenciales, que suman más de 3.000 viviendas (de esta cifra están excluidas los proyectos de una o dos viviendas, consideradas de autopromoción).

La secretaria general de la Asociación de Constructores y Promotores, Violeta Aragón, confirma esta eferescencia de nuevos proyectos. «Cada año hacemos recopilación de viviendas a la venta para Living Costa del Sol y el catálogo que hicimos en 2015 tenía todavía muchas viviendas de promociones que se habían empezado hacía años. En el de 2016, el 90 ó el 95% son nuevos proyectos», explica. Eso sí, matiza, «ahora se promueve de otra manera: proyectos más pequeños que se acometen por fases y no se inician hasta tener un nivel de preventa elevado», apunta.

Inversores a la caza

Desde Solvía, la filial inmobiliaria de Banco Sabadell, constatan el crepúsculo de la obra nueva en la Costa del Sol con un alto número de promotores, constructores e inversores institucionales concurriendo en este mercado. «Los activos más demandados son los suelos finalista y las promociones inacabadas para cliente final internacional; seguidos por solares bien ubicados. Por otro, el suelo urbanizable comienza a tener cierto interés en ubicaciones con alta rotación de producto», apuntan sus técnicos.

Este nuevo ladrillo es la munición con la que el sector se rearma para responder a una demanda de vivienda que ya comienza a quedar insatisfecha en lugares como Marbella o Málaga. Ejemplo de ello es la lista de espera que ha tenido el edificio que promueve la Sareb en el paseo marítimo Antonio Machado de la capital. Los expertos del sector creen que para cuando se entreguen las llaves de estas promociones, el 'stock' de vivienda que dejó el derrumbe del ladrillo estará ya agotado en la Costa del Sol.

Entonces, ¿cuántas viviendas nuevas tiene en 'stock' la provincia ahora mismo? No hay una respuesta inequívoca. El Ministerio de Fomento en su último informe, datado a 31 de diciembre de 2015, habla de 11.000 y destaca que Málaga registra uno de los mayores ritmos de reducción de toda España: un 13% en 2015. Sin embargo, los profesionales que se mueven en el mercado inmobiliario creen que esa cifra no es real, ya que en los cálculos del Ministerio se 'cuelan' viviendas que no están terminadas o aptas para la venta. El director de

¿Qué hacer con las viviendas 'invendibles'?

Los expertos advierten de que hay una pequeña parte del 'stock' inmobiliario que no tiene visos de venderse por mucho que aumente la demanda de vivienda. Son casas que por estar mal ubicadas, por tamaño o por calidad, no se corresponden con lo que buscan los compradores a día de hoy. ¿Qué hacer con estas construcciones? «La historia inmobiliaria nos demuestra que nada es 'invendible'. Los 'muertos del 92', estructuras de hormigón sin cerrar ni tejear, hoy son bloques terminados y ocupados», apunta José Antonio Pérez, director general de la Cátedra Inmobiliaria de IPE. El decano del Colegio de Arquitectos, Francisco Sarabia, propone «ser imaginativos» y no es partidario de demolerlas «salvo en casos de agresión al paisaje». «Podrían convertirse en viviendas sociales o para jóvenes, o en residencias de ancianos», afirma.

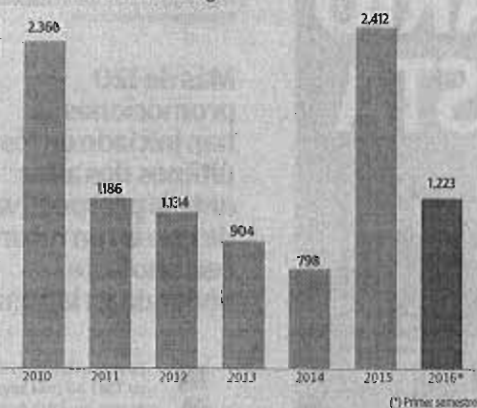
jora económica y a la apertura de la financiación bancaria, especialmente en colectivos que establecen nueva residencia turística en nuestra zona o compra por inversión, ante el aumento de la rentabilidad», explica.

¿Dónde se concentra ese 'stock' residual? Más que de municipios, Pérez habla de zonas muy concretas, afectadas por falta de servicios o infraestructuras. «Por Oriente hay bolsas de vivienda por vender en Torrox (Calaceite, Peñoncillo y Morche), Vélez (Ensanche ciudad, Torre del Mar sup T12 y Baviera) y Rincón (al sur de la autovía y al norte de la ciudad). Por Occidente, en zonas lindantes con la autopista de peaje, Valle del Golf (Mijas) y Doña Julia en Casares. En la capital hay muy poco 'stock' salvo edificios puntuales en la zona Martín Carpena, Teatinos, Cala y Churrriana. Y en el interior, puntualmente edificios en zonas de extrarradio o desarrollos aislados, algunos visibles desde la autopista en dirección Granada, Sevilla y Córdoba», enumera.

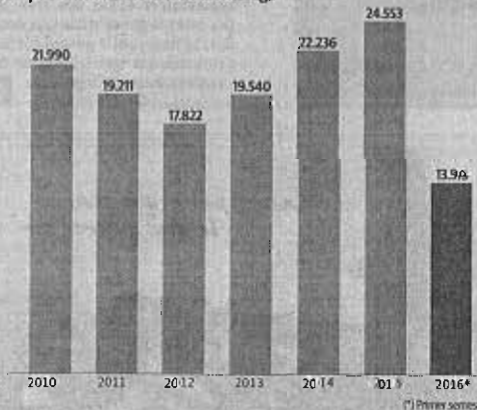
la Cátedra Inmobiliaria del Instituto de Práctica Empresarial, José Antonio Pérez, afirma que no son más de 2.000. «Las más de 20.000 viviendas terminadas, aptas para la venta, que tuvo Málaga a partir del 2008, se han venido drenando a ritmos de dos dígitos, siendo especialmente altos en los últimos años y llegando casi al 50% en el último», asegura. «Su aceleración ha sido debida al mayor ritmo de ventas ante la inversión del precio, a las escasas ubicaciones disponibles con infraestructuras suficientes, a la me-

La reactivación de la oferta y la demanda inmobiliaria

Viviendas visadas en Málaga



Compraventa de viviendas en Málaga



Fuentes: Colegio de Arquitectos de Málaga e IPE



Los bancos tienen a la venta más de 2.200 casas y solares en la provincia

Las entidades aceleran la reactivación de promociones que heredaron a medio terminar e inician proyectos desde cero en suelos de su propiedad

■ N. TRIGUERO

MÁLAGA. En sus portales inmobiliarios, las principales entidades financieras del país ofrecen más de 2.200 viviendas y demás inmuebles en la provincia de Málaga. Y es que la banca, a base de ejecuciones hipotecarias y daciones en pago de promotores y particulares, se ha erigido en el principal actor inmobiliario de todo el país, y de la Costa del Sol en particular. La Sareb (o 'banco malo'), Unicaja, Sabadell, BBVA, CaixaBank y Banco Popular están entre las entidades que más activos acumulan en la

provincia. Y en casi todos los casos se detecta una reactivación de promociones a medio terminar o incluso el inicio de proyectos desde cero en solares de su propiedad. No obstante, también se siguen produciendo frecuentes traspasos de activos a fondos de inversión.

Las entidades consultadas son optimistas en cuanto a las perspectivas de este negocio inmobiliario que heredaron involuntariamente. Así, desde Sareb revelan que en 2015 se vendieron «más 200 activos, de los que 130 de ellos fueron viviendas y 36 suelos urbanos». Destacan especialmente el aumento de la venta de estos últimos en 2015, año en el que los ingresos por venta de suelo superó a los ingresos por venta de vivienda». El 'banco malo' no revela cuál es su cartera en Málaga, pero sí la de toda Andalucía: 12.700 activos inmobiliarios. Respecto a promociones que haya puesto en marcha desde

cero, en Málaga tiene dos, localizadas en la zona del paseo marítimo Antonio Machado y comercializadas —con bastante éxito— por Solvia.

Pero si hay un banco que se haya convertido en protagonista del mercado inmobiliario de la capital malagueña es Unicaja. A través de su filial Gestión de Inmuebles Adquiridos (GIA), la entidad ha asumi-

Unicaja se ha convertido en el principal promotor inmobiliario en Málaga capital, con once proyectos desde 2012

do desde 2012 hasta once promociones inmobiliarias (diez en Málaga capital y una en Torremolinos) que suman 400 viviendas. Cinco proyectos ya se han terminado y entregado y seis están actualmente en marcha, lo que da idea de las buenas perspectivas.

Respecto al ritmo de ventas de las viviendas que tiene en cartera en Málaga (cuyo número total no revela), GIA ha vendido 410 inmuebles en el primer semestre de 2016, un 22% más que en el mismo periodo de 2015. De estos activos, en torno al 60% son viviendas. «El comportamiento de las ventas en la provincia de Málaga ha destacado más en la costa y en la capital», explican fuentes de Unicaja, que añaden que el precio medio de los pisos que tiene en cartera es de 95.000 euros.

POR ENTIDADES

► **Sareb.** En su portal tiene 564 propiedades a la venta en Málaga: 520 viviendas, 38 solares, 13 obras paradas, dos fincas agrícolas, tres locales y una nave industrial.

► **Unicaja.** Tiene 250 viviendas a la venta a través de su filial GIA

► **Solvia.** La filial inmobiliaria de Banco Sabadell es un caso especial, porque no sólo comercializa activos propios sino de terceros (por ejemplo, de Sareb). En la provincia tiene a la venta 426 inmuebles.

► **Santander.** Tiene a la venta 118 propiedades en Málaga.

► **BBVA.** Oferta 404 activos inmobiliarios.

► **CaixaBank.** Tiene 419 viviendas y otros activos a la venta.

► **Popular.** 120 activos a la venta.

► **Cajamar.** 263 activos (143 viviendas y 120 solares).





Una posible tasa para entrar a la UE podría gravar al turismo británico tras el brexit

► Los turistas del Reino Unido podrían tener que solicitar permiso y pagar 12,5 euros para acceder a los estados europeos por el nuevo plan de seguridad de fronteras ► El mercado británico, principal emisor exterior para Málaga, trajo 895.000 viajeros a los hoteles en 2015

JOSÉ V. RODRÍGUEZ/J. L. G. MÁLAGA
► @josevrodriiguez

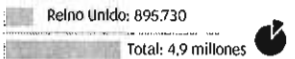
El sector turístico malagueño, que está cerrando una temporada de récord pulverizando las históricas cifras del pasado año, puede enfrentarse a un serio inconveniente a consecuencia de la próxima salida del Reino Unido de la Unión Europea. El mercado británico, principal emisor internacional de turistas a la Costa del Sol, podría tener que pagar una tasa de entrada de unos 12,5 euros por persona a partir de que se consuma el brexit debido a que Bruselas está preparando un nuevo sistema de autorización e información de viaje, conocido como Eidas, como respuesta a la necesidad de mejorar la seguridad tras la oleada de atentados terroristas en Francia o Bélgica. Y el modelo en que se está basando la Unión Europea, según citaba hace unos días el diario *The Guardian*, es el que aplica Estados Unidos para los países que no requieren visado para hacer turismo. ¿Qué significaría esto? Pues que cualquier viajero de fuera de la zona Schengen de libre circulación europea (y eso incluirá a los británicos tras el brexit) tendrá que rellenar un formulario online y pagar una tasa de entrada, que en el caso de Estados Unidos es de 14 dólares (al cambio, unos 12,5 euros).

Hasta el momento, como europeos aunque no integrados en la zona Schengen, los británicos deben mostrar un pasaporte para entrar en países como España, pero luego ya gozan de libertad de movimiento. Los nuevos planes de Bruselas para reforzar la seguridad europea, que se esperan para finales de este año, se solapan además con el proceso del brexit. Londres y Bruselas deben iniciar próximamente las condiciones que regularán las relaciones entre ambos territorios.

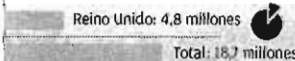
Estos planes iniciales, que todavía no son definitivos, llevan con su sola mención la inquietud al sector turístico, que atraviesa una etapa de gran crecimiento debido también a la inestabilidad geopolítica de otros destinos competidores. El presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), Luis Callejón, se muestra contrario de entrada a cualquier tasa que pueda aplicarse a la llegada de turistas y afirma que la adopción de esta medida por parte de la UE implicaría pérdida de competitividad en relación a otros destinos competidores. «No me parece pro-


Impresiones
El sector se muestra contrario a cualquier tipo de tasa y considera que al turismo no hay que ponerle obstáculos

VIAJEROS EN HOTELES EN 2015, MÁLAGA



PERNOCTACIONES EN HOTELES EN 2015, MÁLAGA



La playa de El Bajondillo, en Torremolinos.



Fuente: INE

INFOGRAFÍA | LA OPINIÓN

Reino Unido lidera el tráfico de pasajeros en el aeropuerto

Algo más del 30% de los viajeros que pasan por el aeródromo de Málaga lo hacen con origen o destino a ese país

J. V. R. MÁLAGA

Los pasajeros de vuelos operados con el Reino Unido lideran las cifras de tráfico de viajeros por países del aeropuerto de Málaga. Según las estadísticas de Aena, el ae-

ródromo malagueño registró en 2015 un total de 14,4 millones de pasajeros (récord histórico), de los que 4,6 millones —algo más de un 30%— correspondieron a personas que volaban con destino u origen en el Reino Unido. Hay que matizar, no obstante, que las cifras de Aena hacen referencia sólo al país con el que se operan los vuelos, por lo que no todos esos viajeros tienen por qué ser británicos.

Al margen de esa consideración, recordar que en este 2016, las cifras

de pasajeros del aeropuerto están batiendo nuevas marcas. Hasta agosto se contabilizan un total de 11,3 millones de pasajeros, lo que supone casi un 14,5% más que en el mismo periodo de 2015, según las cifras que publicó Aena el pasado lunes. En el caso del tráfico con el Reino Unido, la cifra de viajeros alcanza en los ocho primeros meses del año los 3,7 millones, con un incremento del 15% sobre los números que se contabilizaban a estas alturas del pasado ejercicio.



Turistas en el aeropuerto.

salden además de la mejor manera posible. «Nuestro deseo es que tengan las mismas condiciones para venir que han tenido hasta ahora», dice. Aehcos afirma que cerca de un 35% de la ocupación de los hoteles de la franja de la Costa del Sol a lo largo del año corresponde al turismo británico, un porcentaje sólo superado por el del visitante nacional.

Por su parte, el presidente de la Federación de Asociaciones de Extranjeros de la Costa del Sol (Faecosol), Ricardo Bocanegra, rechazó también el establecimiento de tasas que puc-

dan afectar a la entrada de turistas. «Aplicar una medida así sería una torpeza. Quizá en otros países europeos haya diversas industrias pero en España vivimos del mismo y el mercado británico es uno de los más importantes», opinó. En todo caso, afirmó que una tasa de ese importe tampoco debería ser disuasoria para el perfil de turista de calidad que busca la Costa del Sol. «No sería algo positivo porque al turista lo que hay que ofrecerle siempre es incentivos para venir, pero creo que tampoco serían muchos los que dejarían de venir por ello», dijo.

En 2015, un total de 895.730 viajeros británicos se alojaron en hoteles de la provincia de Málaga (un 11% más que el año anterior) generando 4,8 millones de pernoctaciones, lo que lo sitúa como el principal mercado emisor internacional y sólo por detrás de las cifras que ostenta el turismo nacional. Málaga registró en total el pasado año, sumando todo el turismo nacional e internacional, 4,9 millones de viajeros en hoteles y 18,7 millones de pernoctaciones, según el INE.

Costa del Sol
En los hoteles de la franjaitoral de la provincia, los británicos generan casi el 35% de la ocupación.

Hoteleros piden ayudas por el "insostenible" gasto energético

EP MÁLAGA

Los hoteles tienen un gasto energético "muy elevado" que se hace más difícil de afrontar durante la temporada baja en los que permanecen abiertos, según ha indicado el presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), Luis Callejón Suñé, quien ha reclamado a las administraciones ayudas para afrontar esta "insostenible" factura durante esos meses de menos actividad. Mantener un hotel abierto todo el año "es muy caro", indica el presidente de la patronal hotelera en Málaga, quien incide en que a pesar de que hay municipios que han reducido algunos impuestos para ayudar a que se mantengan abiertos, "hay que hacer más" y ha puesto como ejemplo la energía eléctrica.

MÁLAGA. NOY, 19/09/16.



Fachada de entrada del organismo de recaudación y gestión tributaria de Málaga (Gestrism). GREGORIO TORRES

Málaga Ahora plantea una subida de impuestos que soporten las rentas altas

► Las rentas más bajas se beneficiarían a su vez de amplias ayudas y bonificaciones

LA OPINIÓN MÁLAGA
► @opiniondemalaga

■ Por primera vez en muchos años y sin miedo a las críticas y al desgaste que este tipo de medidas conlleva, el grupo político municipal de Málaga Ahora (filial de Podemos) en el Ayuntamiento de Málaga ha venido a proponer un aumento de la presión fiscal mediante una subida de impuestos que recaiga y sea soportado esencialmente por las rentas más altas, acompañado de un cuadro de reducción impositiva para las rentas más bajas a través de bonificaciones y subvenciones.

La medida, presentada por Málaga Ahora como propuesta a discutir de cara a la negociación y aprobación de las ordenanzas fiscales para 2017, parte de que Málaga tiene una estructura de la presión fiscal «muy regresiva», y por tanto «injusta» causante de una «profundización de la desigualdad». Ello se debe, según el análisis

de Málaga Ahora, a que la presión fiscal que tiene que ver con la capacidad económica de los ciudadanos a través de los impuestos directos es mucho menor en Málaga que en la mayoría de grandes ciudades; por contra, los ingresos tributarios derivados del precio de los servicios públicos (agua, transporte o saneamiento) es superior al resto de grandes ciudades.

La propuesta de Málaga Ahora plantea una amplia revisión de las ordenanzas fiscales de tal manera que de cada cuatro euros que se recauden por el Ayuntamiento, tres tengan que ver con la capacidad económica de los malagueños y uno según el consumo de los servicios.

Esto obligaría a aumentar «significativamente» la progresividad fiscal, para que el peso de la mayor recaudación de los impuestos directos (IBI, Plusvalía, Circulación o IAE) «recaiga en las rentas más altas»; mientras que las reducciones en tasas y precios públicos «afec-

ten a las rentas más bajas», tal como explicó el edil Juan José Espinosa, responsable de temas económicos.

¿Qué subida de impuestos plantea Málaga Ahora? Sin haber fijado aún porcentajes concretos de subida, el grupo plantea el aumento impositivo del IBI (Impuesto de Bienes Inmuebles) en función de la renta y que suponga una revisión parcial al alza de las viviendas con mayores valores catastrales; también hoteles, oficinas y grandes superficies.

También quieren aumentar hasta el «máximo permitido» el impuesto de Circulación para vehículos de gran cilindrada.

Igualmente, proponen aumentar el IAE de las empresas que facturan más de un millón de euros al año.

La tasa por implantación de cajeros automáticos es en la que más subida exigen, de tal manera que la tarifa pasaría de 600 a 3.000 euros.

Las subidas de impuestos afectarían también a las tasas por utilización de la vía pública para terrazas de bares; a la basura industrial, a la de aprovechamiento del subsuelo, así como a las tasas por extinción de incendios, por servicios especiales de la Policía Local, por el Sare, los vados o aparcamientos públicos.

También como novedad plantean una tasa turística a aplicar a hoteles, por pernoctaciones y al aeropuerto.

En cuanto al plan de rebaja fiscal con subvenciones y bonificaciones, Málaga Ahora propone bonificar los vehículos híbridos o eléctricos; rebajar el IBI a las rentas más bajas mediante una revisión catastral en los barrios de rentas más bajas y rebajar la Plusvalía por razones de renta. Igualmente, sugieren rebajas por bonificaciones o subvenciones en las tasas de derechos funerarios, la tasa por realización de obras (Icío), los precios de la EMT y otros.



Las Claves

IMPUESTOS QUE SUBIRÍAN

IBI

► Aumento impositivo del IBI (Impuesto de Bienes Inmuebles) en función de la renta y que suponga una revisión parcial al alza de las viviendas con mayores valores catastrales.

CIRCULACIÓN

► Aumentar hasta el «máximo permitido» el impuesto de Circulación para vehículos de gran cilindrada.

IAE

► Aumentar el IAE de las empresas que facturan más de un millón de euros al año.

PLUSVALÍA

► Cambiar los porcentajes por años para gravar más las de corto periodo.

CAJEROS BANCARIOS

► Es en la que más subida exigen. La tarifa pasaría de 600 a 3.000 euros.

NUEVA TASA TURÍSTICA

► Como novedad plantean una tasa turística a aplicar a hoteles, por pernoctaciones y al aeropuerto.

OTRAS TASAS

► Plantean subidas, en función de las rentas para tasas como las de extinción de incendio o por trabajos especiales de la Policía Local.

IMPUESTOS QUE BAJARÍAN

IBI

► Rebajar el IBI a las rentas más bajas mediante una revisión catastral en los barrios de rentas más bajas.

PLUSVALÍA

► Rebajas o subvenciones en función de las rentas.

CIRCULACIÓN

► Bonificar los vehículos híbridos o eléctricos.

Este negocio era una ruina

Diez pequeños comercios participan en un programa pionero para ayudar a empresas en apuros

CONFECCIONES MYRIAN
TIENDA DE ROPA

► **Ubicación.** El negocio se encuentra en la calle Marmolez, 64.

► **Productos.** Están especializados en la venta de ropa de caballero.

► **Objetivos.** Tras 48 años de historia, sus propietarios quieren acercarse a un público más joven aunque sin perder la esencia ni la clientela actual.

► **Cambios.** Han realizado cambios en el escaparate y en el interior de la tienda para mostrar mejor los productos.




PAULA HÉRVELE



Los participantes reciben formación del IMFE para mejorar la gestión, la imagen y la comunicación de los negocios

MÁLAGA. En plena tempestad para la mayor parte del comercio tradicional, que cada vez se encuentra más presionado por la fuerte competencia tanto de las grandes superficies como de los bazares, el IMFE se ha lanzado al rescate de los negocios en apuros. Al más puro estilo Chicote en su televisiva 'Pesadilla en la cocina', el Ayuntamiento ha comenzado a formar a una decena de empresarios para enseñarles técnicas con las que sobrevivir en la actual época de vacas flacas.

A los afortunados elegidos se les enseña a dirigir el negocio, a mejorar su imagen y a situarse en las redes sociales para que saquen lo mejor de sí mismos en un momento de feroz competencia. Por ello, su cambio radical puede ir desde un simple cambio en el escaparate a promocionar lo que hacen en Facebook o incluso mejorar la contabilidad. Las empresas elegidas debían encontrarse «en una situación de riesgo financiero que le conduciría, de no poner remedio, a su desaparición económica casi segura a corto-medio plazo».

Las hermanas Inma y Meli Ortiz han sido de las primeras en coger el toro por los cuernos y ponerse manos a la obra. Tras heredar de su padre Confecciones Myrian, un negocio de ropa de caballero con 48 años de historia, han decidido que es el momento de captar clientes nuevos para elevar las ventas. «Desde que empezó la crisis, el negocio va para abajo y no lo podemos permitir», explica Inma. Y por eso se agarraron al salvavidas que les ofreció el Instituto Municipal para el Fomento del Empleo. «La gente que pasa por la calle dice que somos una tienda de viejos y por eso no entran; necesitábamos cambiar nuestro look aunque sin perder a los clientes de toda la vida», sentencia.

En el caso de estas empresarias el cambio está siendo casi radical. De momento han actualizado el escaparate, organizado la tienda para que se vean mejor los artículos y se están promocionando en las redes sociales. «Nosotras vendíamos como se ha hecho toda la vida, pero necesitábamos aprender técnicas nuevas y echarnos a la calle, que es lo que más nos está costando». De hecho, uno de sus deberes aún pen-

CONGELADOS PACO
PUESTO DEL MERCADO DE CIUDAD JARDÍN

► **Ubicación.** El puesto se encuentra en el interior del mercado de abastos, en la avenida Santiago Ramón y Cajal.

► **Productos.** En el puesto venden todo tipo de artículos de pescado congelados.

► **Objetivos.** Conseguir más

clientes, sobre todo gente joven, para paliar el descenso de las ventas en el mercado.

► **Cambios introducidos.** Han comenzado a promocionarse en diferentes redes sociales y puesto en marcha un nuevo servicio de pedidos a través de Whatsapp.



PAULA HÉRVELE

LA BOUTIQUE DE ANA
ROPA DE SEGUNDA MANO

► **Ubicación.** El negocio se encuentra ubicado en el paseo de los Tilos, 56.

► **Productos.** Están especializados en la venta de ropa y complementos usados.

► **Objetivos.** Que los clientes les conozcan y mejorar la difusión de

los productos.

► **Cambios.** Van a modificar los colores del interior de la tienda para hacerla más luminosa y han comenzado a utilizar páginas de venta como Wallapop.




PAULA HÉRVELE

GLIÉTICA
TALLER DE GEMAS Y PIEDRAS

► **Ubicación.** El negocio se encuentra en la calle Fajardo, 4.

► **Productos.** Están especializados en la venta de piedras y gemas talladas a mano y piezas de joyería artesanales.

► **Objetivos.** Darse más a conocer y mejorar las ventas, ya que

muchos clientes no conocen el tipo de grabados que realizan en la tienda.

► **Cambios.** Han mejorado su presencia en las redes sociales y han comenzado a promocionarse por diferentes establecimientos en los que se encuentra su público potencial, como es el caso de los hoteles de la zona.




PAULA HÉRVELE

EL PROGRAMA SOS IMFE

Los participantes

Districto Centro: Confecciones Myrian, Glíptica, La boutique del Tacón, Macba Street Wear e Inosidable.

El Palo: Mdv Decoración y Papeleña Regalos Perea.

Ciudad Jardín: Congelados Paco y Clásica Música.

Cruz de Humilladero: La boutique de Ana.

Pilares del proyecto

Negociación: Adquisición y/o mejora de las técnicas personales de comunicación para el manejo de conflictos, búsqueda de sinergias y mejora de las relaciones y atención a los clientes, proveedores y colaboradores.

Imagen: Análisis del negocio aten-

diendo a aspectos fundamentales como la distribución del espacio, la presentación del surtido, el proceso de compra, la iluminación, el ambiente y la imagen de marca.

Comunicación: Análisis y diagnóstico de la comunicación de la empresa, estrategias online y en redes sociales.

Requisitos para participar

Negocio físico: Empresas o empresarios con un comercio físico ubicado en la capital. También valoran la antigüedad del negocio.

Cuenta de resultados: Justificar que se encuentra en una situación de riesgo, debiendo existir una disminución considerable de los ingresos obtenidos en los últimos ejercicios contables.

dientes es promocionarse en la barriada. «Nos han dicho que tenemos que ofrecerlos a empresas y a personal shoppets, pero eso no lo hemos hecho nunca», reconocen.

Bajada de las ventas

Francisco Javier Martín tampoco lo dudó un instante y vio en el programa SOS Imfe su particular tabla de salvación. El responsable de Congelados Paco, en el interior del mercado de Ciudad Jardín, vivía un momento económico muy delicado y decidió apuntarse al Chicote malagueño para mejorar sus ventas y llegar a más clientes. Acompañado de su madre, María Pérez, explica que las ventas en el mercado han bajado mucho y que incluso varios puestos ya han echado el cierre. «Es normal porque la gente joven no tiene tiempo para comprar por las mañanas y termina en los grandes supermercados», razona.

Sus esfuerzos se han centrado en ampliar su presencia en las redes sociales. Acostumbrado a trabajar con el género desde que tenía 10 años, cuando ayudaba a su padre tras el mostrador, se ha centrado en crear perfiles en Facebook e Instagram y en instalarse un Whatsapp para recibir pedidos. «Yo no quería escribir nunca para no parecer pesado, pero me han dicho que es todo lo contrario, que tengo que ser pesado para que la gen-

te me conozca y venga a comprarme».

Este empresario también ha mejorado la estética del negocio gracias con la incorporación de unas pizarras más llamativas en las que promociona los productos del día (gracias al asesoramiento de Ikea, que también colabora con el IMFE). «En cualquier profesión hay que dejarse aconsejar por los que saben; de hecho ya hasta me han felicitado por las formas en las que estoy llevando las redes sociales», presume. ¿Su sueño? Montar una pescadería fuera del mercado, en la que él pudiera marcar los horarios sin los rigores del recinto. «Pero para eso tendrían que cambiar mucho las cosas», avanza.

Este programa pionero, del que de momento sólo se están beneficiando diez empresas, se basa en tres pilares básicos: negociación, imagen y comunicación. Entre otros aspectos, a los responsables de los comercios se les enseña a mejorar la atención a los clientes, a presentar los productos de forma más llamativa o a crear una imagen de marca más potente. Según se detallaba en las bases de la convocatoria, para participar se valoraba que los empresarios trabajaran en un comercio físico en la capital, la antigüedad del negocio y que se justificara que la empresa se encuentra en una situación de riesgo económico.

A falta de unas semanas para terminar el asesoramiento completo, que tiene una duración de tres meses, la concejal de Promoción Empresarial y Empleo, María del Mar Martín Rojo, valora el programa de forma muy positiva porque ayuda a que los comercios se consoliden en el mercado, se potencia la internacionalización futura de sus productos y fomenta la creación de empleo local. En este sentido no duda de la programación de futuras ediciones en los próximos meses.

Tiendas más luminosas

Stella Mary Ramos ha sido otra de las empresarias que se ha apuntado al programa de rescate para mejorar su cuenta de resultados. La propietaria de La boutique de Ana, en Cruz de Humilladero, se apuntó para lograr más clientes y se lo ha tomado tan en serio que desde hace unas semanas no deja de promocionarse en las redes sociales. Rosa María García, la persona que trabaja con ella, explica que en el negocio venden ropa de segunda mano y usada, y que por eso necesitan más clientes.

Situada en el paseo de los Tilos, a los responsables de esta tienda les han recomendado, sobre todo, que cambien los colores del local para que haya más luminosidad (en la actualidad tienen el techo negro y las paredes en

color morado) y que mejoren el programa informático con el que llevan la gestión de la ropa. «Aunque llevamos cuatro años con la tienda abierta, muchos vecinos aún no nos conocen porque aquí no es común comprar artículos de segunda mano», lamenta Rosa María. Y por ello han comenzado a utilizar la aplicación Wallpop, por la que están logrando atraer a clientes de toda la ciudad.

La importancia de las redes sociales también la ha notado Carmen Allepuz, propietaria de Glíptica, tienda especializada en el tallaje de gemas y piedras preciosas. Aunque considera que tienen un producto único y de gran calidad, no esconde que les falla la promoción y el darse a conocer en el barrio. «Muchas veces nos llegan piezas para tallar a través de otros negocios con los que colaboramos porque los clientes no saben lo que hacemos», apunta.

Con este programa también están logrando ser más ordenados y controlar las piezas que van haciendo. «Nos están dando mucha caña porque somos muy desordenados y nos están enseñando a hacer las cosas por partes», apunta. Y entre los deberes pendientes: acercarse a los hoteles de la zona para dejar publicidad y venderse, ya que muchos de sus clientes son turistas. «Eso es lo que aún nos falta», expone. Será su particular reválida de septiembre.

Una empresa malagueña ofrece soluciones punteras en la atención al cliente de telefonía

Tupl es pionera en aplicar la Inteligencia Artificial al Big Data para utilizarlo en la resolución automática de quejas de usuarios de empresas en Europa y EE UU

TECNOLOGÍA



ana.torres@diariosur.es

MÁLAGA. Seis malagueños formados en la UMA pusieron en marcha en 2014 Tupl, una empresa altamente tecnológica que está ofreciendo a las operadoras de telefonía móvil soluciones punteras. Se basan en el Big Data y la Inteligencia Artificial para interpretar datos sobre las incidencias de los clientes, lo que ayuda a detectar patrones y mejorar los procesos de atención, entre otras muchas cuestiones.

Su desarrollo tecnológico es tan avanzado que han sido nominados al Premio Spiffys 2016 en Silicon Valley del Telcom Council a la start-up más innovadora (el ganador se dará a conocer el próximo 27 de septiembre). Además, el Spark Technology Center Advisory Council incluyó a Tupl como contribuyente clave para empujar los límites del rendimiento de la tecnología de arquitectura Big Data en tiempo real y Machine Learning (de inteligencia artificial), junto con empresas del tamaño de IBM, Netflix y Bloomberg.

«Tenemos sedes en Seattle, Atlanta y Dallas porque tres de nuestros socios viven allí, aunque todos nos hemos formado en la UMA. La primera sede la abrimos en Seattle porque vivía allí Pablo Tapia, uno de los fundadores y porque encontramos allí con más facilidad un Business Angel», comenta Héctor Montes, Vicepresidente de Ventas y Marketing Internacional. No obstante, entre los primeros inversores también hubo una empresa malagueña, MicroCAD que aportó el 10% del capital total. Posteriormente se ha unido a estos seis emprendedores malagueños un Consejero Delegado finlandés. Actualmente tienen su sede central en el Parque Tec-



Tres de los socios de Tupl, Héctor Montes (i), Diego Rosado (c) y Óscar Martín (d). :: DANIEL PÉREZ

nológico donde trabajan siete de sus quince trabajadores.

El software que han desarrollado se puede aplicar a ámbitos empresariales como la energía eléctrica o las compañías de suministro de agua, pero han empezado con el sector de las Telecomunicaciones porque es en el que tenían más experiencia: «Todos hemos pasado por las oficinas de Nokia en el PTA y posteriormente por la empresa Optimi, donde hemos aprendido mucho del sector», afirma Héctor Montes.

En el pasado Congreso Mundial de la Telefonía Móvil celebrado en Barcelona, un grupo empresarial de telecomunicaciones referente en Europa consideró a Tupl como una empre-

sa disruptiva que les ayudaría a cambiar la estructura para mejorar el rendimiento de sus redes y la experiencia de usuario. Actualmente trabajan con este gran grupo que se encuentra entre los diez de referencia del sector en todo el mundo. «Las empresas de telefonía antes estaban en proceso de expansión. Ahora están en la batalla de ser más eficientes y ver cómo pierden menos usuarios

y por eso apuestan por el Big Data y mejorar la atención al cliente», comenta Montes.

Sistema novedoso

Pero, ¿qué aporta Tupl de novedoso? Mejora los tiempos de respuesta y detecta patrones y tendencias en las quejas de los usuarios. Usan la inteligencia artificial a través de Machine Learning, una tecnología que va aprendiendo de los re-

sultados. Además, como aportan resultados en tiempo real, pueden dar respuesta mucho más rápido. «Uno de los problemas que no ha resuelto el Big Data es extraer valor de todos los datos que se obtienen. Aplicando la Inteligencia Artificial logramos ser más eficientes», comenta el Vicepresidente de Ventas.

Ser el primero en ofrecer un servicio tecnológico tan avan-

zado tiene sus ventajas pero también sus inconvenientes: «No hay otra empresa que ofrezca una operación basada en analítica en tiempo real en bucle cerrado. Los clientes nunca han oído hablar de una solución como la nuestra y nos preguntan si de verdad lo que les ofrece nuestro software se puede conseguir. Hay que estar evangelizando», apunta Montes.

Investigación desde Málaga que les ayudará a contratar más personal

:: J. J. B.

MÁLAGA. Tupl tiene un gran compromiso con la I+D y la formación continua. Están vinculados a tres universidades internacionales: la de Washington (Estados Unidos), Monterrey (México) y Málaga. Con la UMA, colaboran en el Máster de Big Data y tienen contacto con tres departamentos para cerrar en un futuro próximo un proyecto de investigación: el de Ingeniería de Comunicaciones, el de Tec-

nología Electrónica y Lenguajes y el departamento de Ciencias de la Computación. «La formación continua de manera autodidacta es fundamental para nosotros. Y nuestro compromiso con la investigación tiene una doble finalidad porque el vínculo con las universidades nos ayuda a investigar más rápido, aumentan nuestra capacidad de innovación y, al mismo tiempo, vamos desarrollando conocimientos en otras disciplinas

en las que trabajaremos en el futuro. También nos ayuda a dar formación especializada a gente a la que posteriormente integramos en el equipo», afirma el Vicepresidente de Ventas y Marketing Internacional, Héctor Montes.

El equipo directivo de Tupl, con una media de cuarenta años y experiencia internacional, cuenta con una plantilla de siete personas en Málaga y ocho en Norteamérica (siete en Estados Unidos y una Mé-

xico) pero tienen previsto aumentar su personal a lo largo del año próximo, incorporando a activos que conozcan el lenguaje de programación, el Big Data y el sector de la Telecomunicaciones, que sean resolutivos y tengan una gran motivación por aprender. Su intención es que la plantilla esté en un 80% en Málaga y el resto en los países en los que tengan clientes. Esta empresa malagueña está en pleno proceso de consolidación y para 2017 esperan que su facturación crezca entre un 50 y un 100%. «Tenemos presencia en Norteamérica y Europa y dejaremos la expansión a Asia para una siguiente fase. Hay que saber elegir las batallas que vas a ganar», dice Montes.

LA EMPRESA

► Empresa: Tupl.

► Sedes: Málaga (PTA), Seattle, Dallas y Atlanta.

► Sector: Big Data aplicado con Inteligencia Artificial.

► I+D: Vinculación con Universidad de Málaga, Washington y Monterrey.

RED INNprende abre sede en Málaga para fomentar el emprendimiento

La incubadora de empresas de la Fundación Cruzcampo cuenta con cinco proyectos malagueños entre los 21 seleccionados en su tercera edición

NUEVAS TECNOLOGÍAS

:: EUGENIO CABEZAS

MÁLAGA. RED INNprende, el programa de aceleración empresarial de la Fundación Cruzcampo, cuenta en su tercera edición con un ciclo paralelo de actividades gratuitas para toda la comunidad emprendedora, en su recién estrenada sede malagueña, en el edificio Rayo Verde (The Green Ray), ubicado en el campus universitario de Teatinos. Este pasado miércoles tuvo lugar el primero de los llamados 'Pitch & Beers' de RED INNprende, bajo el título 'Diseño de marca', que contó con la presencia de Boris Rodríguez, jefe de diseño de Barrabés.

La programación en abierto del programa RED INNprende incluye sesiones divulgativas en las que reconocidos profesionales ponen su experiencia al servicio de estudiantes, emprendedores y curiosos con interés por la innovación y el emprendimiento. Los 'Pitch & Beers' son además eventos de puro 'networking', un punto de encuentro para que los miembros de la comunidad emprendedora andaluza intercambien conocimientos, experiencias y en los que forjar posibles colaboraciones mientras disfrutan de una cerveza.

Rodríguez presentó la forma de abordar el proceso de diseño de una marca trabajando



Las instalaciones del edificio Rayo Verde en Teatinos acogieron el pasado miércoles un encuentro formativo. :: suv

desde un punto de vista sistémico con los elementos intangibles, que son los responsables de que una marca conecte con nuestras aspiraciones.

El programa de aceleración empresarial RED INNprende llega este curso a su tercera edición, en una iniciativa de la Fundación Cruzcampo que este año cuenta además en Málaga, por primera vez, con un nuevo espacio desde el que atender a la comunidad emprendedora de Andalucía oriental. En total, son 21 proyectos empresariales, de los que cinco tienen sello malagueño.

En concreto, se trata de: Pasatus momentos!, SocialFood, QBBO, Culture4all y Hispano

Trolley. El primero está compuesto por ocho miembros en un proyecto que consiste en la implantación de un dispositivo con tecnología iOT en establecimientos hosteleros y una 'app' móvil sincronizada con un dispositivo 'wearable' (pulsera) para los clientes.

Economía colaborativa

SocialFood persigue desarrollar la primera red social de economía colaborativa y justa, donde los usuarios socializan comiendo en casa de particulares al mismo precio que en su casa. Por su parte, QBBO se basa en el desarrollo de una plataforma orientada a la gestión de la publicidad para es-

tablecimientos, así como de aplicaciones móviles para el consumo de dicha publicidad. Los cuatro integrantes de Culture4all persiguen desarrollar una aplicación turística accesible para destinos culturales, con las funciones básicas que conllevan dichas aplicaciones, como son información monumental de la ciudad, mapas, etc., unido a un nuevo sistema de accesibilidad para personas con discapacidad.

Por último, Hispano Trolley trata de ofrecer a establecimientos hosteleros un equipamiento (carros auxiliares) que les permita a sus empleados llevar a cabo tareas logísticas importantes (transporte

de comidas y bebidas, utensilios, menajes, punto de venta, información y publicidad), cuidando minuciosamente un aspecto fundamental como la imagen corporativa.

RED INNprende es 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 arraigar el talento andaluz, apoyando a jóvenes emprendedores», explica la directora de la Fundación Cruzcampo, María Angeles Rodríguez de Trujillo:

Ebury, con base tecnológica en Málaga, despunta en Reino Unido

:: SUR

MÁLAGA. La empresa con base tecnológica en Málaga Ebury, especializada en pagos internacionales e intercambio de divisas, ha sido reconocida como una de las firmas tecnológicas que mayor crecimiento ha experimentado en el Reino Unido durante los últimos tres años. En concreto, Ebury aparece situada en la posición número 30 dentro del ranking Sunday Times Tech Track 100, que recoge las 100 primeras empresas de base tecnológica que han logrado un mayor desarrollo desde 2012, y entre las que también se encuentran las fintechs Funding Circle o Zopa, junto a otros referentes del sector online como Skyscanner y Feefo.

«Haber sido incluidos en el Tech Track constituye un reconocimiento a nuestro esfuerzo por desarrollar una tecnología 100% fintech que ayuda a las pymes a ser más competitivas en los mercados exteriores», asegura Salvador García, CEO de Ebury.

Ebury concentra en Málaga el desarrollo tecnológico y la innovación de la empresa a nivel global. En este centro tecnológico trabajan actualmente 80 personas, cuyo cometido se centra en el diseño de nuevas herramientas y aplicaciones que mejoren la experiencia del cliente e impriman una mayor velocidad y agilidad en la operativa con divisas. Los planes de Ebury en Málaga para los próximos meses contemplan aumentar su plantilla hasta las 130 personas.

Bodegas andaluzas promocionan sus vinos en el mercado japonés

:: SUR

MÁLAGA. Un total de 144 profesionales del sector de la restauración y la hostelería y agentes minoristas japoneses acudieron el pasado 13 de septiembre a conocer la calidad de los vinos de 13 marcas andaluzas en el certamen organizado por Tokio Wine Complex celebrado en la ciudad nipona de Kanazawa. Esta acción de promoción internacional del vino andaluz ha contado con el apoyo de la Consejería de Econo-

mía y Conocimiento, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

El objetivo de esta acción ha sido promocionar el consumo de vinos andaluces en el mercado nipón y favorecer el cierre de acuerdos comerciales entre los agentes japoneses y las bodegas andaluzas.

Las firmas participantes en esta exposición y cata provenían de Málaga (Jorge Ordóñez & CO), Cádiz (Caydasa, González Byass, Argüeso, Fernando

de Castilla, Bodegas Osborne, Bodegas Gutiérrez Colosía, Bodegas La Cigarrera, Bodegas Yuste y Compañía de Vino del Atlántico), Córdoba (Alvear y Toro Albalá), Huelva (Sánchez Romero Carvajal).

Según los datos de Extenda, en el último semestre de 2016 las exportaciones andaluzas de vino han aumentado un 21% con respecto al mismo periodo del año anterior hasta alcanzar los 52,5 millones de euros en ventas. En los últimos cin-

co años las exportaciones de vino andaluz al mundo han crecido un 8,7% hasta los 109 millones de euros en 2015. Asimismo, en el último semestre de 2016 las ventas han aumentado un 21% con respecto al mismo periodo del año anterior hasta alcanzar los 52,5 millones de euros.

Por provincias, lidera las exportaciones de vinos al mundo en los primeros seis meses del año Cádiz, con 37,2 millones de euros, con un 70,8% del total; seguida de Málaga, con 10,9 millones y 20,8% del total de las ventas. Japón se sitúa como el onceavo mercado del vino andaluz con ventas por valor de 742.000 euros en el primer semestre 2016.



El evento reunió a restauradores y agentes minoristas. :: sur



El instituto internacional San Telmo celebra el próximo mes de noviembre su VI Asamblea de la Agrupación de Miembros, que convoca cada cinco años. :: sur

La formación empresarial redobla su apuesta por lo digital

Las escuelas de negocio intensifican el formato 'on line' y atienden la demanda al alza por las últimas tecnologías. Los centros malagueños ganan peso y se expanden al exterior

SERVICIOS



EE economia@diariosur.es

La era digital, del big data, el dominio de las TIC, el comercio electrónico y el marketing 'on line' ya se nota en el ramo de la formación. Los centros especializados y escuelas de negocio ultiman el inicio de un nuevo curso abrazados a las últimas tecnologías, que se han consagrado como soporte para impartir cursos y másteres y, también, como materia preferente en los programas dirigidos a directivos, mandos medios, emprendedores y profesionales.

Es lo que Ignacio de la Vega, director de ESIC-Andalucía, la escuela que cuenta en el PTA con una de sus sedes, llama la «transformación digi-

tal». «El marketing y las herramientas para aumentar los beneficios del tejido productivo ocupan un papel importante y, a todas éstas, se están sumando con fuerza las materias que tienen que ver con la economía digital», destaca De la Vega.

Es una tendencia que se impone en la mayoría de los institutos del sector radicados en Málaga, que esperan un buen año en cuanto a matriculados tras haber dejado atrás lo peor de la crisis. «Hay más optimismo en los empresarios y directivos, por lo que la formación vuelve a ser su prioridad. Donde antes lo importante era sobrevivir, ahora hay una clara tendencia y

San Telmo ha puesto en marcha proyectos en Europa, América, Asia y África

Esesa lanza este año programas intensivos en finanzas, marketing o comercio electrónico

ESIC ha creado en Málaga un programa senior para tener una «visión global» de los «ecosistemas digitales»

demanda para invertir de nuevo en formación», indica el secretario general del Instituto Internacional San Telmo, Antonio Hidalgo.

En el caso de ESIC Málaga, su director asegura que la cifra de alumnos «ha ido aumentando paulatinamente» en los últimos años, pero siempre con «grupos reducidos» (unos 20 alumnos por programa), en atención a sus «estándares de alta calidad», buscando «una atención cercana y específica». «Este curso, a raíz de la demanda que están adquiriendo las nuevas tecnologías en todos los ámbitos de la sociedad, destaca el programa intensivo para tener una visión global de los

ecosistemas digitales (Senior Management Program in Digital Business) y el que capacita al alumno para realizar el plan de marketing 'on line' de cualquier empresa (Programa Superior en Marketing Digital)», apunta De la Vega.

La irrupción de los entornos digitales determina las necesidades de los recursos humanos de las empresas y, por consiguiente, la formación de directivos y profesionales. Conceptos como flexibilidad, polivalencia, formación continua o capacidad innovadora van ganando peso.

Desde el instituto internacional San Telmo apuestan principalmente por programas presenciales, aunque han



zados en algunos segmentos como el agroalimentario, consolidándose como una «referencia mundial» en la formación de alta dirección para este sector. «Cada vez son más las empresas de gran tamaño que apuestan por programas hechos a medida o programas 'in company', que se adaptan a la perfección a sus necesidades», agrega Antonio Hidalgo. En San Telmo, que suma cada año unos 600 alumnos, afirman que hicieron frente a la crisis «tratando de mejorar nuestro prestigio y capacidad». Paralelamente, pusieron en marcha un proceso de internacionalización que les ha llevado a contar con proyectos en Europa, América, Asia y África.

Desde Esesa, la escuela de negocios malagueña creada en 1988 y por la que han pasado cerca de diez mil alumnos, han adaptado también su formato a las nuevas necesidades. A su directora, Belén Jurado, le gusta hablar de «píldoras de formación». «Uno de nuestros objetivos de cara al próximo curso académico es ofrecer programas formativos de carácter intensivo sobre temáticas muy concretas para los profesionales que así lo requieran y para los que la falta de tiempo es un impedimento», explica. Estas píldoras se han enfocado principalmente a finanzas para profesionales del marketing y del

ámbito comercial, dirección de equipos de alto rendimiento, dirección de gestión patrimonial, jornadas financieras o seminarios sobre marketing digital y 'e-commerce'.

Esesa, que en noviembre iniciará además un Programa Superior en Gestión de Centros Educativos y en enero un Máster de Gestión de Espacios Culturales, se ha planteado aumentar este año un 30% su número de alumnos. «Estar actualizando la oferta formativa de una forma tan ágil es fundamental para conseguir no quedar obsoleto y cubrir las necesidades que el mercado demanda», subraya Belén Jurado.

IPE amplía su oferta

El Instituto de Práctica Empresarial (IPE) ha convertido por su parte a Málaga en referencia en la formación inmobiliaria. Su responsable, José Antonio Pérez, resalta como novedades de la oferta formativa para este año las últimas innovaciones en materiales, diseños, técnicas constructivas o mobiliario.

IPE ha creado el área de «Sociología Inmobiliaria y Funcionalismo» y ha diseñado un sistema formativo mixto, entre presencial, a medida y 'on line', un formato este último que continúa su «fuerte crecimiento», admite José Antonio Pérez.

to, Mercados Financieros, Salud, Gestión Inmobiliaria, Logística, Desarrollo Sostenible y Gestión Ambiental y Gestión de Turismo, según el ranking 2015-2016 de la agencia de calificación especializada en educación superior Eduniversal. Los centros españoles que aparecen en alguna (o varias) de las ocho áreas que componen este listado son la Universidad Carlos III

(UC3M), la Universidad Pompeu Fabra, la Universidad Ramón Llull, la Universidad Complutense de Madrid (UCM), la Universidad Pontificia de Comillas, la Autónoma de Barcelona, la Universidad Europea, ESADE, ESIC, EAE, EOI, FUNDESEM, IEDE y EADA. Esta agencia ha evaluado 4.000 programas de un millar de instituciones académicas de 154 países.

introducido las nuevas tecnologías para «reforzarlos» y hacerlos «más productivos». Con sedes en Sevilla y Málaga, aunque la oferta de esta escuela parte de un enfoque «generalista», se han especiali-

MÁSTERES ESPAÑOLES CON FAMA MUNDIAL

Los másteres de 14 universidades y escuelas de negocio españolas figuran en la lista de las 100 mejores del mundo en áreas de estudio como E-Business, Emprendimien-

Gottraining lleva el juego y el método científico a la resolución de problemas

Compañías como Apple, Ikea o BBVA han confiado en esta firma malagueña y en su innovadora estrategia formativa

de J. J. BUIZA

MÁLAGA. Emilio Solís y Daniel Puchades rehuyen de los libros de autoayuda de pasta amarilla y de frases grandilocuentes al estilo de 'Si quieres puedes'. Cuando piensan en montar un proyecto dedicado a la formación y a la resolución de problemas tuvieron claro desde el principio que no querían parecerse a esos gurús que proliferan de vez en cuando en la profesión. «Pensamos que tenía que ser algo novedoso, que fuera divertido, pero aplicable», explica Emilio Solís. Así fue cómo nació Gottraining, con-

sultora de formación en competencias profesionales y personales que apuesta por un método divertido, espontáneo y estimulante.

«Trabajamos mucho la metodología científica en lo que se refiere a trabajar la curiosidad. Partimos de experimentos e intentamos replicar con el grupo: hacemos discusiones científicas y buscamos la aplicabilidad», apuntan. En 2017 Gottraining cumplirá diez años desde su puesta en marcha, una década en la que no solo han confiado en ella empresas malagueñas, sino también destacadas compañías nacionales e internacionales como Ikea, BBVA o Apple.

Entre sus intervenciones, figuran acciones dirigidas a solucionar problemas concretos que afectan a la organización, análisis y diseño de experiencias para el cliente;

creación y desarrollo de planes estratégicos; resolución extrajudicial de conflictos; innovación comercial y diseño de campañas. Empresas del sector financiero, 'retail', seguros y hasta parques temáticos han recurrido a ellos para que impartan sus estrategias, enfocadas sobre todo a mandos intermedios y directivos.

«Se nos da bien lo que llamamos la gestión de grupos. Cuando llegamos a un sitio, nos empapamos bien de cuáles son sus problemas. Conocemos a fondo la empresa y, a partir de ahí, proponemos soluciones», señala Emilio Solís, biólogo de formación pero que dirigió su carrera hacia las ventas y gestión de clientes. Otra de las especialidades de Gottraining es la gestión del estrés, para lo que son muy requeridos por entidades bancarias.



Gottraining cumplirá una década de funcionamiento el próximo año. // SUR

Remolques Lafuente cumple 40 años con la vista puesta en su expansión internacional

La empresa malagueña prevé facturar más de cinco millones este año y baraja nuevas posibilidades de mercado en Alemania

EMPRESAS

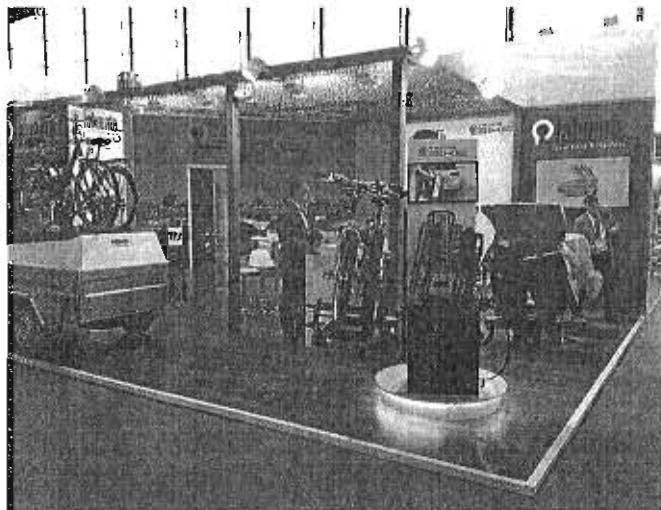


En Twitter: @Agalmendres

MÁLAGA. Han pasado cuarenta años desde que los hermanos Francisco y Alberto Sánchez-Lafuente crearan los primeros prototipos de remolques. «Los sacamos adelante con muchas dificultades, porque entonces apenas había tejido industrial en Málaga», recuerdan. Agnelios artilugios dieron paso a la constitución de una empresa que, cuarenta años después, se ha consolidado como la segunda mayor comercializadora de enganches y remolques de España, con mercados abiertos a nivel nacional e internacional. Sin perder su esencia familiar, Remolques Lafuente apuesta por la innovación constante. Ambos hermanos son conscientes de que la automoción es un sector en permanente evolución: «Tenemos que competir con multinacionales y no es fácil. Empezamos a hacer remolques hace cuarenta años porque vimos que hacían falta artilugios para transportar bultos, animales, pequeños barcos y cosas así, pero los inicios fueron muy humildes. Trabajábamos nosotros y nuestras mujeres, Ana María y Margarita».

Desde la apertura de su primera tienda, la seguridad vial ha sido el gran objetivo de la empresa. Antes del lanzamiento de las normativas europeas, Remolques Lafuente ya contaba con un departamento de ingeniería. «Ahora probamos los productos en un laboratorio propio, donde son sometidos a dos millones de golpes continuos antes de ser presentados para que reciban la homologación y sean sacados al mercado», explica

La última novedad de la empresa malagueña es un portabicicletas capaz de llevar hasta cuatro bicis y cargarlas si son eléctricas



La empresa tiene presencia en varias ferias especializadas cada año. :: A. G.

Francisco Sánchez-Lafuente, consciente de la necesidad de que los remolques «garanticen que no van a fallar», ya que cualquier error «podría suponer un accidente».

Tras cuatro décadas, los hermanos fundadores piensan ya en el relevo, garantizado por la implicación de sus hijos en la empresa. El salto a los mercados nacional e internacional ha resultado fundamental en la supervivencia de la sociedad, que ofrece remolques a la carta para cualquier vehículo de hasta 3.500 kilos. «Primero comenzamos vendiendo a nivel local, luego en algunas provincias de Andalucía y después ya vino la expansión por España y por algunos mercados extranjeros», explican desde la empresa, presente esta semana en una feria especializada de Frankfurt, en Alemania.

Ferlas monográficas

En estas muestras monográficas, Remolques Lafuente ha presentado en los últimos meses un nuevo portabicicletas capaz de llevar hasta cuatro bicis e incluso de cargarlas en caso de que sean eléctricas, ya que los remolques también disponen de un espacio para baterías. En contacto permanente con la Universidad de Málaga, con la que trabajan en la investigación relacionada con la seguridad y la innovación, la firma malagueña es ya la segunda de su sector en España. Pese a la crisis su-

frida hace algunos años, especialmente cruda en 2012, Remolques Lafuente apostó por la inversión y la contratación de nuevos comerciales por todo el territorio español. «Nos salió bien, pero hubo que arriesgar. Grano a

grano se hace el granero», cuentan desde la empresa, que tiene su sede en Málaga, donde atienden de forma directa al público, además de disponer de una tienda en Sevilla y dos en Madrid.

El futuro de la empresa,

que en 2015 facturó más de cuatro millones de euros y este año prevé superar los seis millones, pasa por el mercado alemán. «Es un país con cultura de compra y ahora todo es más sencillo gracias a la venta 'online'», explica Francisco. El servicio posventa es otro de los pilares de Remolques Lafuente, aunque los fundadores señalan la plantilla, conformada ya por casi medio centenar de personas, como su mayor activo.

Los responsables de la empresa sostienen que su crecimiento ha estado apoyado en la aplicación de las últimas tecnologías y en el desarrollo de una amplia gama de enganches y remolques que cubren «cualquier necesidad de transporte individual». Ya el año pasado, la firma malagueña acudió a la feria Motortec Automechanika, en Madrid, con un expositivo propio. La cita es una gran plataforma comercial, como el resto de ferias a las que acude la empresa, y está dirigida a compradores procedentes de España, América Latina y del norte de África, donde cada vez surgen más oportunidades comerciales. Así, Remolques Lafuente cumple años con la vista puesta en la expansión internacional y en superar los cinco millones de euros de facturación.

«La recuperación en el Guadalhorce se nota en hostelería y en el sector agroalimentario»

Joaquín Gálvez Empresario y presidente de Guadalpyme

II IVÁN GELIBTER

CÁRTAMA. Joaquín Gálvez, recién nombrado presidente de Guadalpyme, es un cartameño multiempresario desde los 19 Años, dentro del sector asegurador y financiero, servicios inmobiliarios y turismo rural. ¿Guadalpyme tiene un nombre en la comarca, pero ¿cuál es el trabajo concreto que realiza la organización?

—Concretar nuestra actividad sería complicado por el gran número de proyectos que se gestionan en los diversos ámbitos y sectores, y todo el tipo de asesoramiento y servicio que ofrecemos a nuestros asociados. Resumiendo un poco, se podría decir que nuestra labor fundamental es apoyar a los pequeños empresarios asociados para que tengan más éxito en su lucha diaria. Ponemos en marcha servicios propios de interés común y ayudamos a impulsar proyectos generadores de empleo. También procuramos un marco de relación entre los empresarios. Y colaboramos con instituciones en asuntos de desarrollo económico y generación de empleo, también en la promoción turística, comercial e industrial.

—Pero habrá elementos concretos...

—Por supuesto. Y de ellos destacaría la formación, con un Máster Universitario en Innovación Empresarial de titulación homologada en convenio con la UMA; el 'miércoles de acción', donde se tratan herramientas para superar situaciones de adversidad específicas en distintos sectores, aprovechamiento de nuevas tecnologías y formas para innovar en la gestión. Además están el 'jueves innovador', mentorización de proyectos, los convenios preferentes con instituciones financieras, la promoción y dinamización económica, asesoramiento, colaboración con las instituciones, las instalaciones sociales y por último el Galardón Guadalhorce, reconocimiento y honores a empresarios ejemplares que han realizado un relevo generacional con éxito, por la creación de empleo, por desarrollo de proyectos innovadores o por iniciativas de género.

—¿En qué estado se encuentra el tejido empresarial en la comarca?

—Lo cierto es que la situación económica está mejorando, es un hecho palpable, siempre aparece como tema en nuestras reuniones y tertulias. En nuestra comarca donde más se nota es en la hostelería y en la industria agroalimentaria, aunque el comercio y la industria auxiliar (sobre todo la construcción) también se están recuperando, pero de manera desigual según sectores y localidades.

—Entonces el discurso de la recuperación tiene una parte de cierto, al menos en el Guadalhorce.

—Mi opinión personal es que aún



Joaquín Gálvez es emprendedor desde los 19 años. I.I.G.

queda mucho para poder hablar de recuperación real de la situación de las empresas, pero sí es cierto que comienza a notarse que los empresarios están con más ganas de hacer cosas, de innovar y de formarse para estar preparados para cuando vengan los buenos tiempos, que vendrán.

Camino en ecología

—¿Qué tipo de empresas son las que más están surgiendo en la zona?

—Están surgiendo en el sector agroalimentario como nunca se ha visto. Aparte de la exportación de fruta, fundamentalmente cítricos, están apareciendo empresas muy interesantes que empiezan a producir productos de forma endógena. Por ejemplo: bodegas de vino, pequeñas fábricas de quesos, mermelada, cosmética natural, cármicas, producción de alimentos liofilizados, o ultracongelados. Eso es lo más interesante que está ocurriendo en el sector, ya que hasta ahora toda la producción agrícola salía fuera, donde elaboraban y envasaban y muchos de esos productos volvían de nuevo a Málaga con etiquetados de otras regiones de España. También se ha abierto camino en todo lo ecológico, y cabe una mención muy espe-

cial al turismo rural, que está surgiendo con mucha fuerza, sobre todo motivados por la puesta en valor de un recurso turístico de primer orden, como es el Caminito del Rey.

—Tras la apertura del hospital y la carretera Casapalma-Coín, ¿cuáles son los siguientes retos de la comarca? ¿Qué infraestructuras se necesitan?

—Sobre el Hospital quedaría mucho que decir, porque no está al cien por cien, ni mucho menos. En cuanto a las comunicaciones, urge el desdoblamiento de la carretera hasta Zalea, ya que entre Cártama y Pizarra ese recorrido se ha convertido en un punto negro, con accidentes continuos muchos de ellos por desgracia con víctimas mortales.

—¿Cree que los empresarios tienen suficiente apoyo institucional?

—Lo justo es decir que en unos sitios existe más apoyo y colaboración que en otros, en nuestro caso en algunos municipios donde trabajamos es magnífica y en otros ocurre todo lo contrario, como en Cártama.

—¿Qué sucedió?

—De una forma muy resumida se podría decir que la asociación sufrió un desahucio express sin motivo aparente, y lo peor aún sin ofrecer ningún tipo de alternativa.

JUAN CASSÁ

PORTAVOZ DEL GRUPO MUNICIPAL CIUDADANOS EN EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

La aritmética de los votos ha permitido a Ciudadanos convertirse en pieza clave y obligada en la que el equipo de gobierno debe apoyarse y necesitar para sacar adelante tanto el día a día de la gestión municipal como los proyectos de envergadura. Su portavoz, Juan Cassá, con un rodaje ya suficiente tras más de un año de actividad municipal, repasa al inicio del nuevo curso político los temas que marcan la agenda ciudadana, poniendo su sello y su marca naranja sobre todos ellos. Marcando diferencias y, por supuesto, territorio.

«En el metro, el alcalde tendrá que cumplir lo firmado, eso es sagrado»

► Aboga por llevar la peatonalización de la Alameda a los laterales, confía en poder desbloquear el proyecto del hotel de Moneo y saca pecho al pactar para 2017 una reducción de impuestos y más facilidades para abrir negocios

Javier García Recio
MÁLAGA



FOTOS DE GREGORIO TORRES

■ Consciente de su responsabilidad como grupo que asegura la gobernabilidad del alcalde, Juan Cassá es un portavoz atento a todo lo que conlleva la gestión municipal. Tras más de un año de ejercicio político se mueve ya con soltura y confianza en los vericuetos de la política local, empeñado en no estar a la sombra de Dela Torre.

■ **Limasa, ¿pública o privada?**

■ Nosotros al contrario que el equipo de gobierno, no tenemos ningún problema en decir que queremos privatizar el servicio de limpieza y vemos que el PP tiene complejos para decir alto y claro y con valentía lo mismo. Defendemos la privatización de la limpieza, dividiendo la ciudad por sectores o por tipo de recogida para fomentar la sana competencia entre empresas y contando con un mecanismo que nos permita descontar de la factura final los servicios que no se hayan prestado o no se hayan cumplido a satisfacción. El pleno aprobó a propuesta nuestra contratar una consultoría externa, que se bace en países nórdicos, para chequear los servicios que se cumplen en calidad y cantidad y si no se cumplen, se descuentan en las certificaciones. Con ello no pasaría lo que ocurre ahora que aunque no se preste bien el servicio o la ciudad no esté limpia nos sigue costando una millonada pues no hay forma de descontarlo. Ya aprobamos en pleno, a propuesta nuestra, que la limpieza de los mercados, las pla-



Cassá afronta el nuevo curso político con proyectos sobre Innovación. G. TORRES

yas y los polígonos sea independiente a la limpieza de residuos.

■ **Respecto al metro, ¿Ciudadanos reclamará alcalde para que cumpla lo firmado?**

■ Decir antes de nada que llevamos un acuerdo de pleno instando a todas las partes a sentarse. Pero estamos viendo que no hay reuniones y las posiciones de cada uno

se airean en cruces de declaraciones en los medios de comunicación y eso es jugar con la ciudadanía. Nosotros decimos que se sienten y lleguen a acuerdos. Nuestro posicionamiento siempre ha sido llevar un ramal al PTA para tratar de ayudar al problema de movilidad en esa zona, pero no solo eso sino que añadimos y decimos, como

algo que va en nuestro ADN, que lo que se firma, se cumple. Ahora bien, ya que podemos realizar algunos cambios y volver a retomar el proyecto inicial y ver la posibilidad del ramal al PTA, pues es un buen momento para ello. Pero poniendo por delante que lo que se firma, se cumple; hay que ser serios en política, no podemos cambiar

de opinión cada dos días, y se pueden tener reflexiones en voz alta, pero cuando se firma algo, eso es sagrado, pues de lo contrario estaríamos generando inseguridad jurídica.

■ **¿Se mensajé de cumplir lo firmado va para el alcalde?**

■ Totalmente, y lo llevamos diciendo desde el día primero, cuando firmamos el acuerdo de inversión y luego quisieron torcer el acuerdo sobre los directores de distritos y entonces dijimos que habla que cumplir lo firmado. Nosotros lo que decimos al alcalde es que la seriedad y su firma tienen que estar por encima de cualquier reflexión en voz alta y tiene que ser consecuente con lo que firma, así que en el caso del metro, si no se llega a un nuevo acuerdo con la junta, el BEI, (Banco Europeo de Inversiones) la concesionaria y el Ayuntamiento, se tendrá que cumplir lo que está firmado.

■ **¿Qué pasará con los suelos de Repsol?**

■ Hay dos propuestas encima de la mesa, la de los grupos de izquierda, que a nuestro juicio es irresponsable, pues sería un coste brutal para el Ayuntamiento y con la Sareb (el banco malo) y por otro, está el proyecto puramente especulativo del Partido Popular, hecho en época de bonanza, que vemos inviable para la zona, por la densidad de población de Carretera de Cádiz y Cruz de Humilladero. Por tanto, nosotros hemos buscado una solución que, por un lado, resuelva el problema de construir mucho y no dejar zonas verdes y, por otro, tratar de ganar el máximo de espacios verdes. ¿Cuáles nuestra propuesta? En vez de cuatro rascacielos, uno, o uno partido en dos; y en vez de levantarlo en la parcela grande, pasarlo a la más pequeña para tratar de dejar lo más diáfano el bosque urbano. Tengo que ser muy crítico con el resto de grupos políticos del Ayuntamiento porque tuvo que llegar Ciudadanos para que se dieran cuenta de que había prevista una gasolinera en una esquina, y ya en la primera reunión con el equipo de gobierno le dijimos que lo primero que había que eliminar era esa estación de servicio, que a nuestro juicio debe estar en el extrarradio de la ciudad. A partir de ahí, con sentido común, con técnicos y con planos encima de la mesa, creemos que hemos hecho una apuesta atractiva para la ciudad donde por un lado vamos a tener un gran parque de unos 135.000 metros y, por otro lado, no dejamos de lado el desarrollo urbano de la zona al plantear una o dos torres y respetar lo firmado con la Sareb que tiene los derechos de edificación sobre uno de los rascacielos previstos.

■ **También hubo el compromiso de dar la palabra a los ciudadanos a través de un referéndum o una consulta.**

■ Eso se está demostrando que era una idea poco viable. Lo que sí digo es que a los políticos se nos vota y se nos otorga una responsabilidad para defender los derechos de los votantes, pero no debería-

Málaga

mos estar todo el día haciendo consultas a la ciudadanía, pues nos votan para tomar decisiones. A partir de ahí el grupo de Ciudadanos va a empezar a meter en el contexto político de Málaga que tengamos más valentía y que entendamos que a los políticos nos votan para tomar decisiones y que los ciudadanos ya tienen suficiente con su día a día, con sacar adelante su trabajo, su empresa y su familia, como para tener que preguntarnos constantemente sobre todos los proyectos. Es una táctica que últimamente el señor De la Torre está usando mucho, como el concurso de ideas para el Astoria, la consulta de Repsol; ahora parece que también quiere una consulta para la peatonalización de la Alameda. Los políticos lo que tenemos que hacer es dar una guía de por dónde deben ir las cosas y dejar trabajar a los técnicos, pues los concejales no somos técnicos, sino políticos.

❑ **¿Qué demanda Ciudadanos para poder desbloquear el proyecto del hotel de Moneo?**

❑ Muy sencillo, dado que lo que se firma se cumple pues en el momento en que los promotores nos den una seguridad de que van a poder encarar el proyecto, de que van a pagar los siete millones que deben al Consistorio a través de un aval bancario, Ciudadanos lo apoyará. Nosotros apoyamos la inversión, pero siempre que los inversores sean serios y cumplan con la ciudad. Nosotros estamos por impulsar toda inversión que genere empleo y riqueza en la ciudad.

❑ **¿En qué difiere Ciudadanos del proyecto del alcalde sobre la peatonalización de la Alameda?**

❑ La forma de encarar el proyecto no va a favor de esa línea recta con la que hay que ir. Basta ya de esperar eternamente ayudas europeas. Este es un proyecto importante de ciudad, que servirá para unir el Centro con el Soho y la novedad que nosotros queremos introducir es hacer ver al alcalde que se puede encarar en dos o tres años, poniendo el dinero el Ayuntamiento de sus presupuestos y luego, si hay que pedir subvenciones o ayudas a

«Nosotros no tenemos complejos en decir que queremos privatizar el servicio de limpieza de Limasa»

«No deberíamos estar todo el día haciendo consultas a la ciudadanía, nos votan para tomar decisiones»

Europa, que se haga, pero después. La razón es que aquí hemos tenido proyectos que siempre se quedan en el tintero por no tener dinero municipal. Para Gibraltar, la idea del alcalde era esperar que en algún lustro Europa nos diera 28 millones de euros para acometer su reforma. En este caso le hemos convencido de que anualmente se pueden ir destinando ciertas cantidades económicas y el proyecto se puede hacer en 5 ó 6 años. En la Alameda queremos lo mismo. Deberíamos ponernos de acuerdo con otras administraciones, especialmente la Junta, trabajar con la EMT para ver los problemas de movilidad y tratar de terminar con la gran estación de autobuses al aire libre que tenemos en la Alameda. A partir de ahí el sentido común nos dice que lo interesante es peatonalizar los laterales. Si peatonalizamos el lateral norte facilitamos que cuando salga la gente del metro lo haga a una zona peatonal que le comunica con el Centro; a su vez, al peatonalizar el lateral sur, lo que hacemos es integrar el Soho al Centro, pues ahora mismo es un proyecto inacabado y fracasado. Y el carril central dejarlo para el tráfico de vehículos. Con ello facilitamos mantener una línea recta de continuidad entre los cuatro carriles del Parque, la Alameda y la avenida de Andalucía; si viniendo desde el Parque, al llegar a la Alameda nos obligan a ir a los laterales la simetría se pierde. Por

ello, lo óptimo y lo que dicta el sentido común es que la peatonalización debe ser por los laterales.

❑ **Las nuevas ordenanzas fiscales están a punto de salir. ¿Dónde se notará la mano de Ciudadanos en los impuestos de 2017?**

❑ Nuestra posición es conseguir una importante bajada de impuestos. Ya lo hicimos el año pasado con una bajada de 10,4 millones y para 2017 es seguir en esa línea. Nos hemos puesto un suelo que, como mínimo, sea la bajada del año anterior y estamos ultimando la negociación con el equipo de gobierno para, por lo menos, en 2017, bajar lo mismo que en 2016. Una de nuestras obsesiones es la creación de empleo y la puesta en marcha de empresas, por ello incidimos bastante en las tasas de impuestos de construcción (ICIO) para tratar de aumentar las facilidades y que la gente se predispone a abrir un negocio, emprender, construir más. Por ahí insistiremos, para que Málaga sea vista como una ciudad atractiva y buena para abrir un negocio o emprender una actividad comercial.

❑ **Y de cara a los presupuestos de 2017 ¿qué partidas y proyectos pretende introducir su formación para poner su sello?**

❑ Ya hay un compromiso de inversión de cinco millones para el monte Gibraltar a través de modificaciones presupuestarias. Este va a ser el año de la innovación y queremos meter nuestra cuña en temas de medio ambiente para impulsar la red de baldeo, de colectores, seguir trabajando en la reforestación; seguir apostando por eventos como la Semana Santa, la Feria y el carnaval. En todo caso hay que decir que los presupuestos seguirán siendo muy comedidos en la inversión y dispondremos de unos 50 millones de euros, menos del 7% del presupuesto total, con lo que habrá que priorizar; habrá una apuesta importante por los malagueños que lo pasan mal. En 2016 ya destinamos 8 millones a un plan de emergencia social y vamos a seguir en esa línea.

«Si De la Torre se va, se rompe el pacto. Nos fiamos de él, no del PP»

PACTO DE INVESTIDURA

❑ **Más allá de que el acuerdo de investidura fija que el alcalde debe seguir los cuatro años, ¿usted cree que Elías Bendocho terminará siendo alcalde en este mandato municipal?**

❑ La verdad es que no lo sé pues heinos vivido varios cuabrones. No nos gusta meternos en la interioridad de otros grupos políticos. Nuestro acuerdo de investidura es claro y señala que el acuerdo se mantiene si está Francisco de la Torre, de lo contrario se rompería el pacto de investidura y tendríamos que volver a negociar otro nuevo, o un nuevo escenario, que puede ser con el equipo de gobierno actual o con otros partidos políticos. Pero viendo lo que hay, parece que el alcalde sigue, que

mantiene su compromiso y va a terminar el mandato. Si no es así, habrá que preguntárselo a él.

❑ **Pero parece que hay prisas en la dirección del PP por cambiar esa situación.**

❑ Eso es problema de ellos, no voy a hacer yo el trabajo del PP, con fiscalizar al alcalde ya tengo bastante, como para además organizarle su vida. Entiendo su pregunta y mi respuesta es clara, en el momento en que no esté Francisco de la Torre en este mandato, se rompe el acuerdo de investidura y se empieza de nuevo.

❑ **¿Por qué dice que las cosas serían muy diferentes con otro candidato?**

❑ Yo lo he dicho muchas veces. Yo me fío más de Francisco de la Torre como alcalde que del PP. No digo más.