



cem

CONFEDERACIÓN  
DE EMPRESARIOS  
DE MÁLAGA

## **DOSSIER DE PRENSA DIARIO**

**FECHA: 27 DE SEPTIEMBRE DE 2016**

# MÁLAGA

TURISMO | UNA 'NUEVA' OFERTA LEGALIZADA



Varios turistas pasean ayer por la tarde por el centro de Málaga.

FOTOGRAFÍAS JAVIER ALMIRANTE

## La Junta regulariza más de 4.200 viviendas turísticas en cuatro meses

- Está habiendo un efecto llamada para no incurrir en posibles sanciones, que llegan hasta los 18.000 euros
- Marbella lidera las solicitudes

Ángel Recto MÁLAGA

Más de 4.000 propietarios de viviendas que destinan a alquilar a turistas de forma más o menos habitual en la provincia han dejado el limbo jurídico en el que se encontraban y ya están totalmente legalizados. Además, hay otros tantos que lo han solicitado y que están a la espera de ser incluidos si cumplen con todos los requisitos exigidos.

La Junta de Andalucía aprobó el pasado 2 de febrero un decreto, publicado en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía el 11 de febrero, en el que se obliga a los dueños de estas viviendas —que durante años han sido alquiladas a particulares por el boca oído o a través de

plataformas en internet sin control alguno por parte de la Administración— a regularizarlas, atendiendo así la demanda del sector turístico, especialmente de los hoteleros que denunciaban que se estaba produciendo una competencia desleal.

El decreto empezó a estar operativo el 11 de mayo y, apenas cuatro meses y medio después, la Junta de Andalucía ya ha normalizado la situación de 4.256 inmuebles con un total de 22.640 plazas en la provincia de Málaga, según los datos aportados a este diario por la Consejería de Turismo y Deporte. Este número está actualizado a fecha de ayer y, según apuntan fuentes de la consejería, "está en crecimiento conti-

VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS REGULADAS EN MÁLAGA					
Municipio	Establecimientos	Plazas	Municipio	Establecimientos	Plazas
Algorrobo	7	31	Gaucín	2	13
Alhaurín de la Torre	8	58	Istán	2	12
Alhaurín el Grande	2	22	Macharaviaya	1	7
Almáchar	1	4	Málaga	748	3.643
Atora	2	12	Manilva	144	780
Alozaina	1	10	Marbella	784	4.746
Antequera	8	35	Mijas	400	2.379
Arriate	1	6	Moclinejo	1	5
Benahavés	74	481	Nerja	515	2.428
Benalmádena	389	1.811	Djén	13	73
Benamargosa	2	8	Periana	2	12
Casabermeja	1	6	Rincón de la Victoria	67	398
Casares	61	320	Ronda	29	150
Colín	2	14	Sayalonga	1	14
Comares	1	10	Torremolinos	225	978
Cómpeta	1	10	Torrox	78	394
Cútar	1	4	Vélez Málaga	77	468
Estepona	379	2.014	Viñuela	2	12
Frigiliana	8	52	TOTAL PROVINCIAL	4.257	22.640
Fuengirola	209	1.122			

Fuente: Junta de Andalucía. Datos actualizados a 26 de septiembre 2016

nuo". De hecho, hay 8.500 solicitudes y se prevé que lleguen a las 11.000 a finales de este año. Si no se solicita esa regularización, los propietarios incurrirán en la clandestinidad y la sanción oscila entre los 2.001 y los 18.000 euros.

"Últimamente solo vienen

extranjeros, hasta el punto que lo estamos denominado entre los compañeros en broma el decreto *guiuri*, porque hay muchos foráneos que tienen casa aquí y que empiezan a venir ahora a Málaga para pasar el invierno", explican fuentes de la Junta. Muchos de estos propietarios

extranjeros están queriendo legalizar la situación de sus inmuebles para cuando vuelvan a alquilarlos en temporada alta y hay otros que ni siquiera se habían enterado de la existencia del decreto y están actuando ahora. Se ha producido además, según explican estas fuentes,

tes, un efecto llamada a través del cual todo aquel que tiene una vivienda que cree que puede alquilar a algún turista en alguna ocasión —aunque esté en zonas no habituales para el turismo— está solicitando su regularización para evitar problemas futuros.

En estos momentos se han regularizado viviendas en 38 municipios de la provincia, algo más de un tercio del total, siendo Marbella la zona donde han aflorado más viviendas con fines turísticos hasta la fecha: 784 establecimientos y 4.746 plazas. Málaga capital es la segunda (746 viviendas y 3.643 plazas), y sorprendentemente por su tamaño, la tercera es Nerja con 515 establecimientos y 2.428 plazas. En Mijas y Estepona también se han superado ya las 2.000 plazas sacadas a la luz, en Benalmádena las rozan y en Fngirola y Torremolinos están en torno al millar.

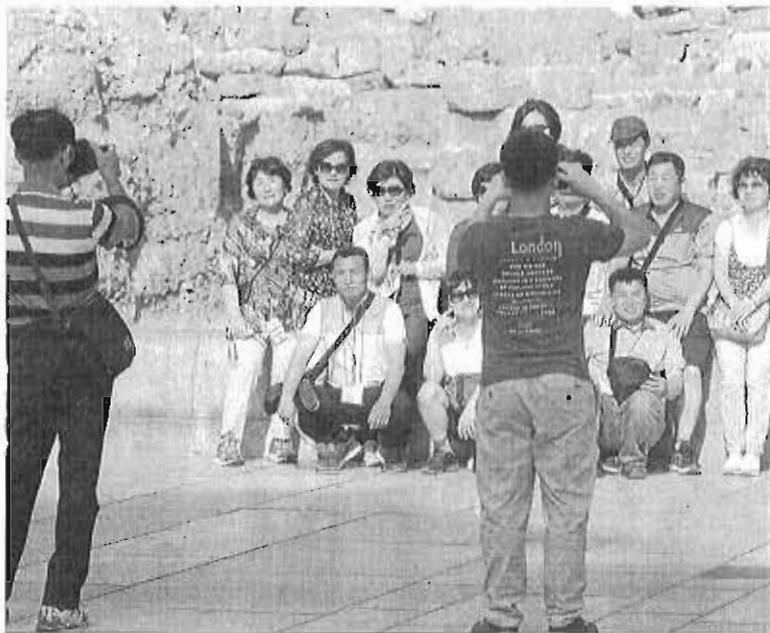
El alquiler de viviendas con fines turísticos es un fenómeno que se está disparando en los últimos años gracias, principalmente, a la aparición de numero-

Ya hay 8.500 solicitudes y los técnicos prevén llegar a las 11.000 a final de año

sas plataformas especializadas en internet como Airbnb u Homeaway, que ponen en contacto oferta y demanda a través de una página web o una aplicación móvil. Los hoteleros se quejaron destacando que este negocio ilegal les estaba quitando una importante cuota de mercado y que no estaba sometido a los mismos derechos y obligaciones de seguridad, consumo, sanitarios o fiscales que los establecimientos regulados, de forma que concurran en competencia desleal. Ya han aflorado, legalmente, más de 22.000 plazas y expertos consultados creen que dentro de un año habrá más plazas de viviendas de uso turístico que del resto de alojamientos, pues la oferta turística total en la provincia de Málaga supera actualmente las 165.000 plazas.

La Junta, tras varios meses de análisis, elaboró y publicó el decreto y ya hay un marco legal. Los propietarios deben inscribir su vivienda en el Registro de Turismo de Andalucía y sus inmuebles han de cumplir con una serie de requisitos como son disponer de licencia de ocupación, ventilación directa al exterior o a patios en las habitaciones, que estén amueblados y con aparatos para su uso inmediato, tener aire acondicionado y calefacción, disponer de un botiquín de primeros auxilios, contar con un servicio de limpieza y facilitar a los clientes tanto una hoja de reclamaciones como información turística de la zona, entre otros.

## ● Los hoteles baten un nuevo récord tras elevar un 5,5% sus viajeros y alojados y un 7,6% las pernoctaciones entre enero y agosto



Un grupo de turistas asiáticos ayer junto al Teatro Romano.

una concentración a las 11:00 en las puertas del hotel Vincci Posada del Patio —el único de cinco estrellas en la capital hasta que abra el Miramar— en defensa de los trabajadores de la hostelería y el turismo.

Málaga vive del turismo y, por tanto, hoy es un día importante para la provincia, al menos desde un punto de vista simbólico. Los datos avalan el optimismo reinante pues en los ocho primeros meses de este año se han alojado, solo en los hoteles, 3,6 millones de turistas, lo que supuso un aumento del 5,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Esos viajeros, a su vez, realizaron 14,1 millones de pernoctaciones, un 7,6% más, según los registros del Instituto Nacional de Estadística (INE). Solo en agosto hubo 620.000 turistas en los hoteles con 2,7 millones de

Málaga es la quinta provincia española con mayor número de plazas hoteleras

# El Día del Turismo llega con vacas gordas

## ALGUNOS ACTOS DEL DÍA

### A. Recio MÁLAGA

Hoy se celebra el Día Mundial del Turismo y a la Costa del Sol le ha llegado con las barcarías más que cargadas, hasta el punto que se ha vivido un verano histórico y se prevé, si nada se tuerce, cerrar otro año récord con lo que ello supone en generación de riqueza y creación de empleo, aunque sea mayoritariamente temporal y fijo discontinuo.

Con motivo de la onomástica, hoy habrá varias acciones en la provincia de toda índole. Unicaja, por ejemplo, ha anunciado que abre de forma gratuita el Museo Unicaja de Artes y Costumbres Populares en Málaga y, en Ronda, el Museo Unicaja Joaquín Peinado. El Ayuntamiento de Málaga dará una rueda de prensa para hacer balance del verano, que ha sido muy satisfactorio; habrá un foro en el Palacio de Ferias organizado por la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT); y los sindicatos CCOO y UGT han convocado

### Foro en el Palacio de Ferias

La Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT) siempre celebra el Día Mundial del Turismo y este año ha diseñado un foro que tendrá lugar en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga hoy bajo el lema *Encuentro global con los profesionales del turismo. ¿Qué tenemos en común?* El objetivo de este foro, que se realiza en colaboración con el Málaga Convention Bureau y el Fycma, es conocer las necesidades, aunar conceptos, acercar posturas y trabajar de forma unida y no como empresas y profesionales individuales. Está enfocado a los profesionales, administraciones, empresas y profesores y alumnos de Turismo de Málaga y su zona de influencia.

### Museo gratis

La Fundación Bancaria Unicaja se suma un año más a la celebración del Día Mundial del Turismo y, para ello, hoy martes

abre de forma gratuita sus centros expositivos. En concreto, el público podrá visitar, en Málaga, el Museo Unicaja de Artes y Costumbres Populares y, en Ronda, el Museo Unicaja Joaquín Peinado.

### Reivindicación sindical

CCOO y UGT han convocado una concentración, a partir de las 11:00, en la entrada del hotel Vincci Posada del Patio, situado en el centro de la ciudad. Este acto coincide con la celebración del Día Mundial del Turismo, y con él se quiere demostrar la "cara B del Turismo" y exigir mejoras económicas y sociales para los trabajadores de la hostelería y el turismo. En Andalucía hay convocadas movilizaciones en las ocho provincias andaluzas.

### Datos

El concejal de Turismo y Promoción de Málaga, Julio Andrade, presenta el informe de coyuntura del sector turístico de Málaga durante la temporada de verano.

estancias. A eso hay que añadirle el buen comportamiento de los alojamientos extrahoteleros.

España, en general, vive un gran año turístico por la captación de turistas que tradicionalmente van a otros destinos mediterráneos como Turquía, Egipto o Túnez pero que están atravesando problemas de seguridad. En este contexto, Málaga se está llevando su trozo del pastel por esos turistas prestados y el reto ahora es fidelizarlos, es decir, conseguir que la Costa del Sol pase a ser siempre su primera opción, al margen de la situación coyuntural de otros países.

Málaga es, además, una de las provincias más interesadas de España, ya que es de las que tiene una mayor oferta hotelera. En agosto había, según el INE, 99.245 plazas hoteleras operativas, un tercio del total andaluz y duplicando con creces a la segunda provincia de esta región, Cádiz. En el resto del país, solo superan a la Costa del Sol en número de plazas Baleares (348.749), Barcelona (146.808), Las Palmas (145.678) y Madrid (102.489). En materia de empleo, el personal trabajando en hoteles en Málaga el pasado mes de agosto ascendía a 16.429, casi 1.200 personas más que en el mismo mes del año anterior. En total, solo en el segmento hostelería, había en agosto 72.715 afiliados a la Seguridad Social en el régimen general y 14.187 en el de autónomos.



# El auge turístico anima a los hoteleros a conjurarse contra el cierre invernal

► La Costa del Sol contará este año con más establecimientos abiertos durante los meses alicaídos de la temporada ► La previsión de Aehcos coincide además con un verano de efecto prolongado, de ocupación alta para septiembre y octubre

L. MARTÍN MÁLAGA  
@opiniondemalaga

■ No habrá milagro, pero sí, y no es poco, un avance ilusionante. La fuerza con la que progresa el curso turístico, que ya es el más inspirado de la historia, va camino de convertirse en un poderoso argumento para la que Costa del Sol ponga una nueva pica sobre la piel de la que es reconocida como su mayor debilidad: la llamada estacionalidad y el cierre temporal de muchos de sus hoteles. A falta de definir los planes y plantillas, e inmersos todavía en los grandes números del verano, los establecimientos se lo piensan. Y las expectativas, según Aehcos, son mucho mejores que las que se presumían en 2015 a estas alturas.

Aunque prudente a la hora de dar cifras, Luis Callejón Suñé, presidente de la patronal, está convencido de que esta vez serán menos los que decidan cerrar sus puertas a partir de noviembre. Especialmente, en las zonas del destino que mejor han funcionado y en las que la ocupación, pese al cambio de estación, se mantiene en raseros altos. Para el empresario es una simple cuestión de aritmética: el requisito para mantener viva a la Costa del Sol es que la rentabilidad no retroceda, lo que no siempre resulta sencillo, dada la dificultad de compensar los costes operativos con un volumen proporcional de clientes.

Este año, sin embargo, el aumento de la demanda ha vencido la resistencia de muchos establecimientos, que, a diferencia de otros ejercicios, están dispuestos a aceptar el desafío y seguir en la brecha durante el conjunto de la temporada. El complejo Holiday World ha sido uno de los primeros en anunciar la amplitud de su apuesta, que liga a la aparición de un tipo de turista de clase media-alta menos obsesionado con la cultura del sol y de la playa; clientes, generalmente del centro y el norte de Europa, que vienen a la provincia interesados por la oferta vinculada a la salud y a la belleza y al deporte.

El pasado invierno, y a pesar de la marcha general del sector, más de un tercio de los hoteles se decantaron por el parón. Un problema que como suele decir el sindicalista Gonzalo Fuentes, de CCOO, deja efectos negativos en un radio de acción que va mucho más allá de los propios establecimientos. Comercios, restaurantes e, incluso, parques temáticos acaban resintiéndose de la



Turistas, durante el pasado invierno, en Málaga. ARCONEGA

ausencia de turistas.

Aunque todavía resta mucho para acabar con la estacionalidad, las sensaciones que transmite Callejón es que la tendencia va poco a poco invirtiéndose. Las previsiones para 2017 coinciden con una evolución en la que, si bien no se han detectado grandes cambios, se ha tocado fondo en cuanto

al número de cierres. Y lo que es más importante, comprimiendo el período de inactividad, que ha pasado a concentrarse en una franja de apenas cuatro meses.

La prueba más evidente de la progresión estriba en los meses de septiembre y octubre, que han pasado de funcionar como la antesala del invierno a suponer una espe-

cie de prolongación en la práctica del verano. A eso se suma el adelanto del inicio de la temporada, que contó con el empuje añadido del inicio en el mes de marzo de la Semana Santa. Existen, sin duda, razones para el optimismo. El objetivo, aunque remoto, sigue siendo el mismo: que la Costa sea un destino para todo el año.

## Jornada de puertas abiertas en los museos

► El Ayuntamiento de Málaga celebrará hoy el Día Mundial del Turismo con una Jornada de puertas abiertas en los principales museos de titularidad municipal. Los ciudadanos y visitantes que lo deseen podrán participar de forma totalmente gratuita en las visitas guiadas que celebrarán el Centro Pompidou Málaga, la Colección del Museo Ruso de San Petersburgo, la Fundación Picasso-Casa Natal, el Museo del Patrimonio Municipal (MUPAM), el Museo del Vidrio y Cristal, el Centro de Arte Contemporáneo (CAC), el Museo Revellón de Toro, el Museo Interactivo de la Música (MIMMA), la Alcazaba, el Castillo de Gibralfaro, el Museo de la Archicofradía de la Esperanza, el Teatro Romano, el cementerio de San Miguel, el yacimiento arqueológico de La Araña y el Cementerio Inglés. También están previstos recorridos (con un precio simbólico de un euro) en el Jardín Botánico-Histórico de La Concepción. El resto de monumentos permanecerán igualmente abiertos al público de forma gratuita.

## Los sindicatos se rebelan contra «la felicidad» turística

UGT y CCOO se movilizan hoy para poner de relieve la precariedad que padecen los trabajadores del sector

L. M. MÁLAGA

■ La provincia de Málaga tendrá presente hoy la conmemoración del Día Mundial del Turismo con un programa de actos de muy distinta ambición que incluye tanto la reunión en el Palacio de Ferias de la asociación de profesionales del sector como la mo-

vilización convocada por UGT y CCOO, que protestarán por lo que consideran la amarga cara 'b' de la industria: la situación laboral, en muchos casos precaria, de la mayoría de los trabajadores de la Costa del Sol.

La concentración, que tendrá lugar también en otros puntos del país, está prevista en el centro de Málaga, junto a la entrada del hotel Vincci Posada del Patio. Un entorno elegido de manera simbólica para denunciar la contradicción que de acuerdo con ambas organizaciones distingue últimamente al turismo: el con-

traste entre la abundancia de clientes y permocaciones y los escasos salarios que perciben las planillas. De hecho, los sindicatos creen que esa bonanza se sustenta en la «explotación» y en las diferentes estrategias llevadas a cabo para eludir la negociación colectiva y la aplicación de los convenios. Según UGT y CCOO, los sueldos que se manejan en el sector han caído en un 40 por ciento, soportando además amplios niveles de fraude, con más horas de trabajo de las declaradas. «Los trabajadores no tienen nada que celebrar, antes al

contrario, en un contexto de récord histórico para el sector debemos reivindicar el derecho a tener unas condiciones dignas, empleo estable y de calidad», explican.

Entre las actividades incluidas en la agenda del Día Mundial del Turismo, y al margen de la movilización, figura también la reunión de la Asociación Española de Profesionales del Turismo, que ha organizado un foro para evaluar los desafíos a los que se enfrenta la industria. La cita incluirá un coloquio entre los ponentes y el público.

# AGR ANDALUCÍA

## BALANCE DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO

• La balanza comercial hasta junio tuvo un superávit de 3.754 millones de euros • China aumentó sus compras un 73% y Estados Unidos un 41%

# Almería, líder en exportación, pierde ritmo y Huelva lo gana



Las exportaciones agroalimentarias andaluzas crecieron un 12,2%. En la imagen, una de las actividades de promoción que realiza Extenda.

### A. Estrella Yáñez

Las ventas en el exterior de la agroindustria andaluza siguen batiendo sus propias mareas, según se desprende de los datos del primer semestre del año recabados por Extenda. En este periodo se observan algunos signos llamativos, como que las ventas al exterior de Almería, primera provincia exportadora, sean las que menos crezcan o el aumento en un 73% de las exportaciones a China.

Entre enero y junio, las exportaciones agroalimentarias andaluzas crecieron un 12,2% respecto al mismo periodo del año anterior y han llegado a alcanzar 5.613 millones de euros, seis puntos por encima del crecimiento experimentado por las ventas españolas, cuyo comportamiento también fue bueno, con un incremento de las exportaciones del 6,2%.

Con estos datos, Andalucía ha logrado entre enero y junio de este año un superávit de su ba-

lanza comercial de 3.754 millones de euros y una tasa de cobertura del 302%, esto es más del doble de la española, que ha sido del 138%.

La posición de liderazgo de Andalucía en el conjunto de España es clara, pues las exportaciones de alimentos y bebidas andaluzas suponen el 25,2% del total. Respecto al resto de comunidades autónomas, el segundo lugar lo ocupa Cataluña, que exportó productos de la agroindustria por valor de 4.506 millones de euros, el 20,2%, y crece a menor ritmo que Andalucía: el 5,4% frente al 6,2% que indicamos antes de Andalucía. La Comunidad Valenciana, vendió en el exterior una producción agroalimentaria que le reportó 3.012 millones de euros, el 13,5% del total nacional y con un exiguo incremento del 0,8%.

En cuanto a las provincias andaluzas, Almería sigue ocupando el puesto de cabecera en términos absolutos, con exportaciones valoradas en 1.528 millones de euros, el 27,2% y un creci-

miento del 5,5% respecto al mismo periodo de 2015.

Sin embargo, en el resto de las provincias andaluzas, aunque con menos ventas en términos absolutos, el incremento de las exportaciones ha sido mayor que en Almería. Sevilla exportó por valor de 1.281 millones de euros, el 22,8% y registró un incremento del 14%, mientras que las ventas agroalimentarias de Huelva al exterior fueron de 977 millones de euros, el 17,4% y alcanzaron un ascenso del 25%, lo que coloca a la provincia onubense en el primer puesto en cuanto a aumento de las exportaciones en el primer semestre del año. Málaga exportó 539 millones de euros, lo que supone un 9,2% del total y obtuvo un in-

Las exportaciones de agroalimentarias andaluzas alcanzaron los 5.613 millones

cremento del 18,5%. Le siguen Córdoba, con 460 millones de euros y una subida del 6,3%; Granada, con 369 millones de euros y un ascenso del 7,7%; Cádiz, con 333 millones de euros y un crecimiento del 5,7% y Jaén, con 146 millones de euros y un alza del 20,3%.

Los productos hortofrutícolas son los que mejor vende Andalucía, el 63% del total con un volumen de 3.539 millones de euros, lo que significa un alza del 11%.

El aceite de oliva sigue siendo el producto estrella, con una facturación de 1.212 millones de euros, el 21,6%, y una subida del 14,3%, mientras que la aceituna de mesa reportó a la comunidad andaluza 274 millones de euros, pues sus ventas descendieron levemente, un 1,1%.

En cuarto lugar se encuentra panadería y otros, con 273 millones de euros y un incremento del 11,5%, seguida de productos cárnicos con unas ventas valoradas en 164 millones de euros y un ascenso del 24,5%; pescados y marisco, con 116 millones de

euros y un alza del 10,9%; plantas vivas y productos de floricultura, con 63 millones de euros y un crecimiento del 12,4%; vinos, con 53 millones de euros y un incremento del 21%; otras bebidas alcohólicas, con 51 millones de euros y lácteos, con 42 millones de euros.

Todos los países que compran los productos agroalimentarios a Andalucía aumentaron sus demandas en el primer semestre del año, con la única excepción de Italia, que redujo sus importaciones un 9,4%. China es el que más incrementó las compras a Andalucía, hasta un 73% más, con un total de 123 millones de euros y también se elevaron sustancialmente las exportaciones a Estados Unidos, un 41%, con unas ventas totales en el semestre de 348 millones de euros.

En términos absolutos, Alemania encabeza la lista de los principales destinos, con 1.005 millones de euros, el 17,9% y un incremento del 19,5%; seguida de

Alemania es el primer destino de las exportaciones que realiza el sector

Francia, con 725 millones de euros, el 12,9% y un ascenso del 12%; y Reino Unido, con 617 millones de euros, el 11% y un alza del 16%.

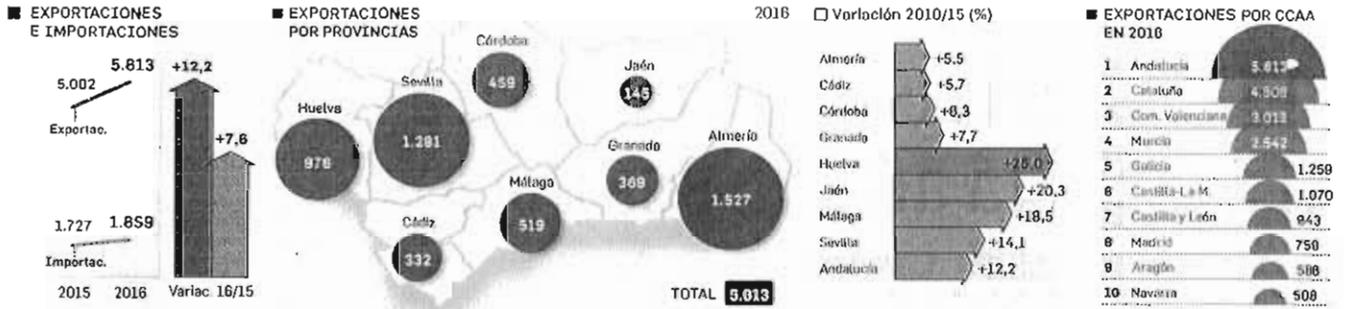
En cuarto lugar aparece Italia, con 603 millones de euros y el 10,7% del total, pese a que, como ya hemos comentado, es el único destino en el que bajan las ventas, exactamente un 9,4%. Le siguen, en volumen total, Países Bajos, con 409 millones de euros, el 7,3% y un incremento del 6,8%; Portugal, con 393 millones de euros, el 7% y un aumento del 17%; Bélgica, con 143 millones de euros y un alza del 13,4% y Polonia, con 114 millones de euros y una subida del 12%.

En el conjunto del pasado ejercicio, las exportaciones andaluzas de alimentos y bebidas alcanzaron los 8.872 millones de euros, lo que supone un incremento del 5,5%, algo de especial valor, ya que en 2015 se regularizaron las ventas de aceite de oliva tras el extraordinario crecimiento hasta un 42% del producto el año anterior. Aún así el incremento del pasado año es menos de la mitad del incremento del primer semestre de este año, que ya se ha comentado es del 12,2%.

En cuanto al comportamiento de las empresas, Extenda concluye que hay una tendencia positiva en los últimos cinco años, pues entre 2011 y 2015 el número de firmas exportadoras ha crecido un 23% y un 14% el de exportadoras regulares, así se

## Las exportaciones de agroalimentario y bebidas en Andalucía

Datos provisionales de enero a junio en millones de euros



FUENTE: Extenda ORÁFICO: Dpto. de Infografía

considera a las que lo hacen durante 4 años seguidos.

El año pasado exportaron un total de 3.507 empresas andaluzas de agroalimentación y bebidas, un 1,6% más que en 2013. De estas, 1.514 fueron exportadoras regulares, también un 2,4% más que en 2014.

Los buenos datos que Andalucía consigue en las ventas al exterior con su sector agroalimentario se deben, según Extenda, "a la calidad y la innovación, que son la principal estrategia para mantener el liderazgo internacional y seguir creciendo a través de nuevos mercados".

La Agencia Andaluza de Promoción Exterior considera que es fundamental "anticiparse a las crisis con calidad y con estrategias de promoción en destino, acertadas y complementarias, sumando entre todos los agentes que intervienen: ICEX, empresas, interprofesionales y Extenda". "Y eso -señalan desde Extenda- es en lo que venimos apoyando al sector, tanto de forma agrupada con campañas como la de aceituna de mesa, participaciones en ferias internacionales o misiones comerciales; como de forma individual con las empresas andaluzas, a través de promociones en puntos de venta y otros proyectos individuales, etc".

La agencia de promoción exte-

## Más de 200 empresas acudieron a Agroporc 2016

El pasado fin de semana se dieron cita en Carmona más de 200 empresas nacionales e internacionales, en la octava edición de la Feria Agrícola y Ganadera Agroporc 2016, que ha puesto a disposición del sector más de 45.000 metros cuadrados en los que hay zonas destinadas a la exposición de ganado, maquinaria agrícola y empresas agroalimentarias, entre otros sectores. Durante las cuatro jornadas de duración del evento, desde el jueves 22 al domingo 25, visitaron

rior asegura que "en el ámbito internacional agroalimentario y de bebidas, España y Andalucía son marcas reconocidas y valoradas".

"Nuestro liderazgo mundial en productos tan reconocidos como el aceite de oliva y la aceituna de mesa, y nuestro liderazgo en mercados tan exigente como los europeos en hortofrutícola -agrega- son nuestra mejor carta de presentación para abrir y avanzar en nuevos mercados, junto con productos gourmet, como el jamón ibérico o el atún. También lo son para la entrada en estos mercados de productos en los que la factura internacio-

la muestra 65.000 personas y se celebraron diferentes jornadas técnicas y un campeonato de doma vaquera. El director general de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, Manuel García, fue el encargado de inaugurar el certamen y aprovechó para destacar el importante papel de los agricultores y ganaderos para "sacar el máximo rendimiento a las enormes posibilidades del campo andaluz". García valoró el buen hacer de los productores de la región, "que han apostado acertadamente por la cali-

nal es menor, como los vinos y otras bebidas".

A su juicio son imprescindibles "la apuesta por la calidad y diferenciación", tanto en los productos como en las acciones de promoción. En esta línea, Extenda apuesta por acciones de promoción estratégica, como la participación en las principales ferias internacionales: Fruitlogística, Biofach, Anuga y SIAL, "con una estrategia basada en sumar esfuerzos para llegar más lejos y rentabilizar al máximo las inversiones públicas y privadas". Extenda propuso a ICEX una nueva imagen, que combina elementos de la marca España con marca

Andalucía, que la ha hecho suya y trasladado al resto de comunidades autónomas. La Agencia desarrolla una programación de acciones para el sector agroalimentario, "que demuestra que es un ámbito prioritario y que las empresas nos ven como un instrumento útil".

En 2015, una de cada tres acciones que organizó Extenda tuvo como destino el sector agroalimentario: 319 de 938. Además, una de cada cuatro empresas que atiende Extenda son de Agroalimentario: 850 de 3.568. Extenda atendió en 2015 a un número que equivale a más de la mitad de las empresas exporta-

doras regulares de agro: 819, de 1.514. Los mercados que más interés han suscitado, según el número de empresas participantes, son Alemania, Polonia, Reino Unido, EE.UU. y Japón.

Por tipo de acciones de promoción, las empresas agroalimentarias andaluzas prefieren las ferias agrupadas y las misiones inversas. También los proyectos individuales han crecido, pasando de 59 a 78.

En esta línea de promoción en el exterior, la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, presentó la pasada semana en Sevilla su sede o "Antena" en Johannesburgo, con la que dará apoyo a todas las empresas interesadas en introducir sus productos y servicios en el mercado sudafricano. La presentación contó con la presencia de más de una veintena de firmas andaluzas y en ella se explicaron las oportunidades que presenta el mercado sudafricano para las empresas y los servicios que ofrecerá la nueva Antena de Extenda. La apertura de la sesión informativa estuvo a cargo de Vanessa Bernad, consejera delegada de Extenda, la cual destacó que aunque "Sudáfrica es aún el mercado treinta y cinco de Andalucía, las exportaciones crecieron un 31% en el último año, con un notable crecimiento de empresas exportadoras andaluzas llegando a 281".

# Bendodo ignora a los expertos críticos con el hotel de 135 metros en el puerto

● "Algunos tienen que ocupar el espacio del no, pero son minoritarios", menosprecia a las voces autorizadas que cuestionan el modelo

S. Sánchez MÁLAGA

A oídos del presidente de la Diputación provincial de Málaga y máximo dirigente del PP en la provincia, Elías Bendodo, el eco de las voces que en la última semana han expresado sus discrepancias con el hotel-rascacielos proyectado en el puerto de la ciudad es nulo. De hecho, el dirigente popular llegó a afirmar ayer, al ser preguntado por ello, que no ha escuchado "ninguna crítica" a la iniciativa impulsada por un grupo inversor árabe y avalada por la Autoridad Portuaria y por el Ayuntamiento de la capital.

Una respuesta con la que Bendodo ignora el pronunciamiento realizado por varios catedráticos universitarios, por el decano del Colegio de Arquitectos, por el presidente de la Fundación Manuel Alcántara y vicedecano del Colegio de Economistas y por el presidente de la Academia de Bellas Artes de San Telmo, entre otros. Todos ellos, algunos han sido categóricos al subrayar las dudas que la intervención ya exhibida públicamente les genera, denunciando incluso la inexistencia de un debate ciudadano sobre el futuro de este espacio portuario.

"Algunos tienen que ocupar el espacio del no pero son minorita-

rios", señaló Bendodo, que destacó, por el contrario la existencia de "consenso" en torno al Hotel Suies Málaga Port y sus 135 metros de altura. De hecho, vino a confirmar que no conoce un proyecto privado "con tanto impacto y que concite tanto consenso". "Yo veo aceptación en la ciudadanía, las administraciones y en los partidos políticos", comentó, para añadir: "La unanimidad es imposible pero sí tiene consenso. El PP lo ve una buena idea de empleo, riqueza y un símbolo para la ciudad y la Costa del Sol".

Entre los que públicamente han expuesto sus reservas está el presidente de la Academia de Bellas Artes de San Telmo, José Manuel Cibra de Luna, quien sostiene que si bien el procedimiento ha podido haberse hecho conforme a la formalidad legal, "un proyecto de esta naturaleza tendría que haber sido mucho más debatido y abierto", alertando además del carácter "irreversible" de lo que se haga en la parcela. Francisco Sarabia, decano de los arquitectos, por su parte, consideró que el asunto se ha "precipitado", sin que la ciudad haya tenido opción de "opinar y ofrecer sus alternativas". "La idea es que solo queda esperar a terminar la tramitación, sin posibilidad de que la propues-



Oliseño del hotel planteado en el puerto de Málaga.

José Manuel Cibra de Luna  
Pte. Acad. Bellas Artes

*Un proyecto de esta naturaleza tendría que haber sido mucho más debatido y abierto"*

Francisco Sarabia  
Dec. Coleg. Arquitectos

*Parece que solo queda esperar a terminar la tramitación; sin que la propuesta sea alterada"*

Antonio Pedraza  
Pte. Fund. Manuel Alcántara

*Es una barbaridad y una agresión. El edificio no identifica a la ciudad"*

ta sea alterada en base a la opinión de la ciudadanía", apostilló. En la misma línea, el presidente de la Fundación Manuel Alcántara, Antonio Pedraza, lo que se propone es "una barbaridad y una agresión a la ciudad", destacando que se trata de una actuación que "no identifica a la ciudad".

El discurso verbalizado ayer por Bendodo viene a coincidir con el expresado por el alcalde, Francisco de la Torre, que, ayer, como la pasada semana, volvió a defender la iniciativa empresarial por tener "más ventajas que desventajas",

insistiendo en que la posibilidad de levantar un hotel en ese terreno ganado al mar ya formó parte de su programa electoral en los comicios locales de 2011 "como proyecto estrella" en su programa electoral del 2011 y 2015.

Esta circunstancia, desde su punto de vista, ha hecho que haya habido "un proceso de maduración de la ciudad para que se pudiera gestar el proyecto", sugiriendo que "quien piense que es una idea nueva quizás tiene que hacer un proceso de reflexión", porque "Málaga necesita más hoteles", es-

pecialmente de cinco estrellas y que puedan "acoger congresos".

Y de nuevo, en alusión al supuesto impacto visual que podría generar la torre de 135 metros de alto, lo comparó con el del muelle de contenedores y sus grúas. "El impacto en la bahía es mucho menor que el impacto de la plataforma del muelle 9 y no tuvo, que yo recuerde, reacciones contrarias. Cualquiera que viera la imagen de la bahía desde Gibralfaro antes y después aprecia un cambio importante", dijo.

# La Diputación embarga el edificio de Correos a la Junta por su deuda con los municipios

El Gobierno andaluz mantenía conversaciones con el Ayuntamiento para darle un uso hotelero

Redacción MÁLAGA

La aspiración formal de la Junta de Andalucía de hacer del antiguo edificio de Correos un futuro establecimiento hotelero cuenta con un serio enemigo: la Diputación de Málaga. Fuentes del organismo supramunicipal confirmaron anoche a este periódico que el Patronato Provincial de Recaudación ha procedido al embargo de parte del in-

muebles por las deudas que mantiene el Gobierno andaluz con los municipios de Málaga. Las mismas fuentes llegaron a cifrar ese débito en una cantidad cercana a los 9 millones por el impago del Impuesto de Bienes Inmuebles y de otros tributos en más de setenta localidades de la provincia.

El paso dado por la Diputación se produce meses después de que la Junta anunciara su intención de allanar el camino administrativo para construir un hotel. La hoja de ruta tenía más razón de ser incluso después de saberse que las muchas empresas interesadas en adquirir esta edificación, situada en la Avenida de Andalucía, a escasos me-



El edificio de Correos.

tros de la Alameda Principal, se marcaban el objetivo de destinarlo a uso hotelero. Sin embargo, para que ello sea posible, dada la actual consideración urbanística, se necesitaba de una modificación del Plan General de Ordenación Urbánística (PGOU) de Málaga. Tarea a la que ya dio inicio la Administración regional. Como publicó este periódico en junio, la postura de Urbanismo era flexible. "Ofrecemos la máxima colaboración y lealtad", llegó a asegurar el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, quien desveló que meses atrás ya encargó un estudio a los responsables de Urbanismo para analizar los espacios en los que podría compensarse la pérdida de equipamiento que supondría el cambio de uso de la antigua sede de Correos. El problema para la Junta es que cualquier operación se puede frenar ahora con la amenaza de un litigio sobre el edificio.

Opinión

# MAYORÍA ABSOLUTA, DOS 'SORPASSOS' Y SIN CENTRO



**J.R. Pin Arboledas**  
Profesor del IESE

Después del 25-S la situación de la política nacional la lectura derivada de los números es: a) mayoría absoluta que refuerza a Feijoo y de rebote a Rajoy; b) dos sorpassos de la nueva izquierda al PSOE que deberían hacer reflexionar a Pedro Sánchez; c) la desaparición del centro político, porque Ciudadanos no ha obtenido representación y eso puede ser una tendencia, digan lo que digan sus portavoces.

Amén de ello, el resultado dice que la representación no puramente nacionalista en el País Vasco aumenta, de acuerdo con lo que dice el *Euskobarómetro* de que el sentimiento pro-independencia está en retroceso. Eso dicen los números y por debajo de ellos los analistas los trasladan a la situación nacional del PSOE porque su dinámica es básica para España.

Pedro Sánchez ya ha digerido dos derrotas a nivel nacional, puede digerir estas dos más? Es bastante posible. No parece que los baro-

nes socialistas críticos puedan hacer doblar al secretario general en el Comité Federal a pesar de todas estas evidencias en contra. No lo hicieron antes de las elecciones gallegas y vascas ¿por qué lo van a hacer ahora? La espera de las negociaciones por buscar un acuerdo de "izquierdas por el cambio" en contra de Rajoy de casi un mes después del fracaso de la investidura del líder popular no ha sido en clave nacional; ha sido para que las apuestas extravagantes de Sánchez en la formación de Gobierno español no perturbasen los resultados autonómicos; cosa que no ha ocurrido precisamente por las filtraciones de la semana pasada sobre su intención de construir una alternativa de izquierdas-independientistas.

De hecho, el PSOE se está convirtiendo en el partido de la izquierda solo en el sur de España. Del Tajo para arriba está en la oposición y si gobierna es apoyando o apoyándose en otra izquierda que le disputa la hegemonía en su espacio político. De Madrid

hacia el norte su posición es complicada. Pero si no cambia, es posible que lo que le está ocurriendo en el norte pueda contaminar su posición en el sur. ¿Serán conscientes los barones de lo que se están jugando?

Por otra parte, Ciudadanos debe aprender que, con las actuales leyes electorales, su supervivencia es complicada como partido nacional. Con estas normas electorales es difícil ser de centro si tienes fuerzas significativas a la derecha o a la izquierda. En la transición bastó que hubiera una fuerza significativa en la derecha, como fue AP, para que, a largo plazo, desapareciera primero la UCD y luego el CDS. Una lección histórica a no olvidar: Ciudadanos es significativa en Cataluña, pero es bisagra en los demás territorios y, en ellos, tiene el riesgo de desaparecer.

Puede parecer que, por otra parte, el PP es el favorecido tanto a nivel gallego como en España por la mayoría absoluta de Feijoo. Es verdad, pero ese resultado no ha cambiado

los números en el Congreso. La investidura de Rajoy no salió por esa matemática; intentar otra vez no es viable sin un cambio en el PSOE, que no es fácil. Se puede poner buena cara en la calle Génova, la sede madrileña popular, pero la decisión sigue estando en manos de Ferraz, sede, también madrileña, de los socialistas. La situación sigue igual. Lo que sí es posible es que Feijoo se haya posicionado cara a la era post-Rajoy. Su mayoría absoluta le consolida como posible sucesor.

Conclusión: a corto plazo estos resultados pueden que no cambien el panorama político de España, como no lo han cambiado en las dos autonomías donde se han celebrado los comicios; pero a largo plazo da una serie de claves. La primera es que el PSOE tiene que reflexionar; porque poco a poco va siendo deglutido por la nueva situación, en el norte claramente y en el sur si no despierta. La segunda es que el PP tiene un recambio posible para el futuro con un discurso desde el poder y la regeneración. La tercera es el riesgo que tiene Ciudadanos, con la excepción de Cataluña. La cuarta: que hay un cierto retroceso del independentismo en el País Vasco. Baste unas claves para decir que no cambian nada.

El PSOE tiene que reflexionar porque poco a poco va siendo deglutido por la situación

## ¿LAS FRONTERAS ECONÓMICAS IMPORTAN?



**Juan Velarde Fuertes**

Presidente de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas

Estamos en unos momentos de polémicas. Por una parte, de la necesidad de que existan barreras económicas y, simultáneamente, como sucedió en 1919 y como tuvo lugar a partir de la formidable crisis de 1930, que es urgente poner en acción políticas económicas nacionalistas. En Europa, y tras las recientes consultas electorales más la cuestión del Brexit, que tuvo el preámbulo de la libra independiente del euro esto ha resurgido. Y, a España, ¿no le interesa replantear en algún grado lo que podemos denominar la cuestión de las fronteras económicas? Habíamos visto lo bueno que era eliminarlas. Quizá una comprobación primera se dio en el acuerdo hispanoportugués sobre el aprovechamiento del agua del Duero, logrado tras conversaciones entre el general Carmona y el general Primo de Rivera. Pero recientemente, y derivado de triunfos generados por políticas nacionalistas de nuestros vecinos, marroquíes, portugueses, franceses, tenemos que señalar la pérdida de ciertos activos de nuestra economía.

Una de las consecuencias negativas más importantes podemos verla reflejada en la aportación de Victoria Veguilla del Moral y María Angustias Parejo ofrecida, primero, en la *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, y ampliada en el capítulo *El autoritarismo marroquí y la devaluación de la arena electoral en el Sahara oriental. Dispositivos autoritarios del control del cambio*, ofrecido en el volumen dirigido por Isaías Barrefiada y Ra-

quel Ojeda, *Sahara Occidental, 40 años después* (Catarata, Madrid, 2016), que en las páginas 167-168 plantean la cuestión de los problemas para la pesca por buques españoles en aguas territoriales de esta porción del Sahara. Y en ese sentido de frenos a nuestros pesqueros hay que agregar la reciente aportación de José L. Jiménez en *ABC* de 19 de septiembre de 2016, *Portugal monta una base en una cala rodeada de aguas españolas*, en la que muestra la presencia de instalaciones del sector público portugués en las Islas Salvajes. La frontera hispanoportugués en el Atlántico, entre Madeira y las Canarias, crea un debate evidente. Pero la disputa, que es vieja, a causa de una decisión de facto portuguesa vinculada a una reacción nacionalista, crea un retroceso para activos españoles derivados de los hidrocarburos, además de la pesca.

Y en la región, volviendo al Sahara, nos encontramos con que el freno a la ruptura del monopolio comercial marroquí de los fosfatos, derivada de esta realidad, del control nacionalista de Rabat de la zona anterior controlada por España, evidentemente, favorece a Marruecos y perjudica a España, así como en relación con intereses hispanoargelinos de salida, no solo de minerales, sino de otros productos, de Argelia hacia el Atlántico. Tensión nacionalista de nuestro vecino del Sur, que en relación con el Estrecho explica la dura réplica española al intento de ocupación de la isla Perejil, y el mantenimiento de nuestra presencia desde Ceuta hasta el archipiélago de Chafarinas situado frente a Argelia, en una serie insular, más la ciudad de Melilla.

Mantener lo que es fundamental de España también es un valor que debe considerarse

Y sin salir de nuestras costas, de las pesquerías y de la energía, sobre todo de la petrolera, es clara la presión francesa contra los intereses españoles. Por una parte, y se señaló que era la compensación por la colaboración de nuestro vecino en la liquidación de ETA, se alteró la frontera de las aguas del Cantábrico y Golfo de Vizcaya. Aceptó España otra bisectriz de las aguas de ambos países, claramente en favor de Francia. En el Mediterráneo también, y en torno a los hidrocarburos, parece que continúa el debate. Y sin salir del ámbito marítimo, no puede dejarse a un lado la cuestión de los frenos británicos a la posible expansión económica de la región que se extiende desde Algeciras a todo el Campo de Gibraltar, a causa del mantenimiento, por el nacionalismo británico, del control militar de parte de la bahía de Algeciras, como expuse en *elEconomista* (13 de septiembre de 2016). Los choques con otros nacionalismos solo pueden superarse con, también en el caso de España, unas reacciones del mismo tipo, pero eso abre la interrogación de que va contra las ventajas que se derivan, una y otra vez, de la superación de los nacionalismos, de la abolición de fronteras, de aceptar decisiones del GATT, del BCE, de la OTAN, de estar pendientes de lo que señala el Banco de Pagos Internacionales, o de una decisión adoptada en Bruselas.

He aquí, pues, el segundo dilema que España ha de resolver. El primero, cierta presencia del Estado en el terreno social, y en tener en cuenta consecuencias al jugar con la libertad plena de mercado. Pues lo ha resuelto ha-

ce años la Escuela de Friburgo. Como nos señala en su brillante aportación *España, la economía social de mercado* Rocio Sánchez, esta Escuela, iniciada por el economista Eucken, y a la que se acabaron incorporando figuras como von Beckerath, Stackelberg, Müller-Armack y Röpke, desarrolló un sistema, expuesto en la revista *Ordo* en el que la economía de mercado, fundamental, tiene que vincularse con "ciertas medidas de control, consistentes en que el papel del Estado debe consistir básicamente en actuar como regulador del funcionamiento de la economía, más bien que intervenir directamente en la misma". Pues bien; en el mundo internacional, esa caída de las fronteras, cada vez más amplia, como señaló Luis González en su discurso de ingreso en la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas, *De la identidad nacional a globalización insegura*, ha de tener ciertas medidas de control: aquellas que afectan directamente a fundamentos básicos de la existencia de las diferentes patrias en sus aspectos históricos, culturales y políticos. Esas naciones que nacen en el siglo XVI y que se consolidan en el XVIII deben vincularse a otra de modo que no resulten duramente perturbadas. Algún papel en eso puede tener el Tribunal de La Haya.

Acabamos de verlo en la sentencia sobre el Pacífico y las fronteras de Chile y Perú. Y, por tanto, las fronteras, y a veces las marcas fronterizas, tienen que perdurar como perdura no solo el papel del Estado aceptando la libertad de mercado, sino mandamientos derivados de valores, tal como el actual profesor emérito de Friburgo, Klaus Tiedemann expone en su aportación *Ética económica y moral social* (Instituto de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Alcalá, 2016), porque también, por ejemplo, es un valor moral mantener lo fundamental de España.