



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 9 DE OCTUBRE DE 2016

ECONOMÍA

La CEA pide un plan para captar las inversiones que se fuguen por el 'Brexit'

● La patronal plantea a la Junta y los agentes económicos y sociales un plan de contingencia para promocionar Andalucía en el Reino Unido y mantener la fidelidad del mercado británico

Agencias SEVILLA

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha planteado a la Junta de Andalucía y al resto de agentes sociales y económicos la puesta en marcha de un plan especial de contingencia y promoción de Andalucía en el Reino Unido ante la decisión del país británico de salir de la UE, en lo que se ha dado llamar Brexit.

En declaraciones a Europa Press, González de Lara apunta que "Andalucía debe estar preparada si se produce una desconexión a medio plazo", por lo que con ese plan pretende "tanto captar las inversiones que puedan fugarse del Reino Unido como mantener la fidelidad del mercado británico y de los residentes británicos hacia Andalucía".

Explica que la Junta "está en esa misma sintonía" ya que "su voluntad es formar grupos de trabajo en ese sentido, por lo que espera mantener en breve encuentros de trabajo" para hablar y concretar la estrategia con mayor intensidad, pues los intereses van en la misma línea, que son evaluar los efectos del Brexit y las oportunidades que se abren en Andalucía con dicho proceso.

Para el presidente de la CEA, el Brexit "tiene mucha tela que cortar, ya que acaba de empezar" y, a su juicio, "habrá que ver si la desconexión va a ser rápida o tendrá una cadencia de tiempos mucho más lenta". Considera que "esto no va a ser tan inmediato ni automático sino que puede tardar dos o tres años seguro".

A su juicio, ante esa situación "necesitamos un Gobierno central ya, que esté en condiciones de tener una interlocución adecuada, por lo que no se puede seguir en interinidad, pues al final la credibilidad del país está en juego".



El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara.

González de Lara considera que esta decisión "tiene y tendrá efectos negativos, y el Reino Unido ya está tomando medidas para disminuir los efectos. "Es una decisión drástica que no tiene precedentes en la UE" y, a su juicio, "sin vuelta atrás". Y admite que le preocupa cómo se hará, "si se producirá el camino lógico de entrar en el Escenario Económico Europeo, como Noruega, o si será una desconexión tipo Suiza".

Tras recordar que esa desconexión "no es fácil", ya que el Reino Unido se ve afectado en materia de

seguridad, política agraria, industrial y económica, González de Lara indica los efectos que puede tener esta salida aquí, toda vez que el Reino Unido es "el principal emisor de turistas extranjeros en España, donde cada año aterrizan más de 15 millones de británicos".

Además, "cerca de 300.000 ciudadanos británicos viven en España permanentemente y otro medio millón parte del año". El presidente de los empresarios andaluces apunta que de esos 300.000, la mitad se puede ubicar en la Costa del Sol donde "hay una comuni-

dad de residentes muy relevante cuyas inversiones, pensiones, anhelos, futuro y jubilación las tienen en España".

No obstante, señala que "los efectos del Brexit aún no se han visto", ya que "la temporada turística ha sido excelente", pero en breve se notarán en "el sector agroalimentario, de fabricación de automóviles o energético".

González de Lara apuesta por "fortalecer mucho la imagen de España y Andalucía en el entorno de los touroperadores y las alianzas turísticas con el Reino Unido", ade-

más de abogar "por la calidad de los servicios turísticos".

En ese sentido, propone establecer "un plan especial de contingencia y promoción de Andalucía en el Reino Unido", ya que "sería muy positivo que demos la imagen de que la comunidad es tierra de oportunidades y de inversión". "Si se produce la desconexión a medio plazo, que Andalucía esté preparada", asevera el presidente de la CEA, que explica que ese plan pretende "tanto que no se rompa la fidelidad del visitante y el residente británico en Andalucía, como también captar inversiones".

Recuerda que Andalucía "tiene un papel crucial, con un clima cin-

Más allá del turismo, la patronal ve filón en industria, tecnología y agroalimentación

fraestructuras turísticas únicas y la inercia de la fidelidad del mercado turístico británico", por lo que, a su juicio, "hay que aprovechar ese valor añadido que no tienen otros países que cuando quieran competir con nosotros lo van a tener más complicado". "Si se va a producir fuga de inversiones o capitales, algo que nadie desea, aquí en Andalucía estaremos encantados de recibirlos", dice.

Para González de Lara, "Andalucía tiene un gran número de oportunidades interesantes", por lo que ese plan de contingencia debería abarcar todos los sectores: sobre todo el turístico, pero también el industrial o tecnológico, para instalar delegaciones o subse-des, así como el agroalimentario, creando estructuras logísticas de cara a ese mercado británico.

PRESENTACIÓN

LA EMPRESA MALAGUEÑA, NOMBRE A NOMBRE

:: L. CODES

Los jardines del Instituto Internacional San Telmo acogieron el pasado jueves la presentación de la quinta edición de 'Quién es Quién', el directorio de empresas que esta institución edita junto a Diario SUR. Más de 400 invitados, entre los que se encontraban representantes de las instituciones y del empresariado malagueño, respaldaron la puesta de largo de esta guía renovada de la economía local, construida nombre a nombre. En un acto conducido por la periodista Nuria Triguero, se reveló el cambio de escenario que se ha producido desde la presentación del primer número de la revista en el año 2013. El director general del Instituto Internacional San Telmo, Antonio García de Castro, fue el encargado de dar la bienvenida y recordar a los presentes que «el futuro será totalmente distinto y para ganarlo hay que conocerlo en profundidad». En este sentido, García de Castro destacó la utilidad de una guía como ésta, en la que participan los principales agentes económicos de la provincia. Sobre las con-



La presentación del directorio 'Quién es Quién' tuvo lugar en los jardines del Instituto internacional San Telmo. :: FOTOS: FRANCIS SILVA

secuencias y oportunidades que generan los cambios discursó el director de SUR, Manuel Castillo, que escogió el sector de la prensa como modelo de la transformación en la era digital. Castillo destacó también el papel de los medios como catalizadores del éxito de las empresas: «El directorio 'Quién es Quién' es una pequeña

muestra de lo que queremos hacer como periódico de Málaga, ayudar a que la sociedad malagueña sea un poco mejor».

Por su parte, el profesor de San Telmo Fernando Facas destacó algunas de las tendencias que marcarán el futuro inmediato de la economía, entre las que destacó «la transformación del

modelo de la banca». Nuria Triguero trazó a continuación un perfil de la empresa homenajeadada en esta edición por sus 50 años de trayectoria: la fábrica Mahou-San Miguel en Málaga. Su director, José Manuel Huesa, alabó la capacidad del equipo humano de la enseña para ir adaptándose a los nuevos tiempos. El

turbo de intervenciones se cerró con el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, Javier González de Lara, quien reclamó «un entorno más estable que genere confianza» y defendió la figura del empresario durante la crisis. «No hay nada más progresista que ser empresario», concluyó.



José Luis Romero, Federico Beltrán, José Cobos, Javier González de Lara y Jorge Artero.



Sofía León, Juan Ignacio Fuentes, Manol Navarro, Francisco Piña, Aurora Martínez y Esther Molina.



Álvaro González de Gori, Soledad Cánovas del Castillo, Hugo Ferré, Nuria Triguero, Javier Recio, Emigdio del Toro, María José Muñoz, Federico Beltrán y Enrique Rodríguez.



José A. Morales, Juan Vallejos, Sara G. Cortijo, José del Castillo, José Casales y Álvaro Muñoz.



José Ángel Morales, Sonia González y Teodora Jinga.



Alfredo Bonacasa, Juan Carlos Aguilera, Eduardo Hernández, Carlos Gonfaos, Pepa Sánchez y Antonio Ramírez.

MÁLAGA

La CEM y La Caixa culminan un proyecto de inserción laboral

● Un total de 43 personas han participado en la segunda edición de 'Transformando Futuro', que ayer se clausuró en la sede de la patronal

R. L. MÁLAGA

La Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) acogió ayer la clausura y el análisis de resultados de la segunda edición del programa *Transformando Futuro*, un proyecto de inserción social promovido por la patronal malagueña y la obra social de La Caixa. En el acto intervinieron Javier González de Lara, presidente de CEM y CEA, y Juan Ignacio Zafra, director territorial de CaixaBank en Andalucía Oriental y Murcia.

Este proyecto surge como respuesta a la progresiva demanda de planes de inserción profesional coherentes con la realidad de los mayores de 45 años, para propiciar la reconversión de su perfil laboral, aumentando su empleabilidad y adaptándose mejor a la nueva realidad del mercado de trabajo, bien mediante el acceso a un puesto de trabajo por cuenta ajena, bien a través de la opción del autoempleo.

Esta segunda edición de *Transformando Futuro* ha contado con 43 participantes, que han hecho uso de una plataforma de *e-learning* específica además de contar con un seguimiento personalizado y con el asesoramiento de expertos en las materias propias del programa.

En el acto de clausura se incluyeron los testimonios de tres de los participantes en esta segunda edición, que compartieron sus experiencias con el resto de asistentes. A continuación, se procedió a la entrega de diplomas acreditativos a todas las personas que han completado el itinerario formativo propuesto.

Los resultados obtenidos han cumplido satisfactoriamente las expectativas del programa: 11 participantes de la primera fase están actualmente contratados, 18 integrantes del programa están desarrollando un proyecto empresarial, y 14 consideran más oportuno seguir buscando empleo por cuenta ajena, tras recibir el asesoramiento del programa.

Transformando Futuro se configura como un espacio colaborativo para la capacitación del colectivo mencionado, que se ha orientado en la reconversión del perfil profesional y laboral. Para ello, se ha contado con una metodología de trabajo innovadora, así como con el compromiso de empresarios malagueños que han participado interviniendo en varias sesiones, compartiendo su experiencia y proponiendo la resolución de casos prácticos orientados a la realidad empresarial.

MÁLAGA HOY, 08/10/16.

«Transformando futuro» clausura su segunda edición con 43 participantes

► El programa, de la CEM y de la Caixa quiere ayudar a la inserción laboral de personas mayores de 45 años

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ La Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) clausuró ayer la segunda edición del programa «Transformando Futuro, proyecto de Inserción Social por el Emprendimiento y el Empleo», una iniciativa ideada y puesta en marcha por la Fundación CEM, Cultura, Economía y Medio Ambiente y la Obra Social la Caixa. Este proyecto surge como respuesta a la progresiva demanda de



Juan Ignacio Zafra y Javier González de Lara, ayer en la CEM.

planes de inserción profesional coherentes con la realidad de los mayores de 45 años, para propiciar

la reconversión de su perfil laboral, aumentando su empleabilidad y adaptándose mejor a la nue-

va realidad del mercado de trabajo, bien mediante el acceso a un puesto de trabajo por cuenta ajena, bien a través de la opción del autoempleo, según recordó ayer la CEM.

La segunda edición Transformando Futuro ha contado con 43 participantes, que han hecho uso de una plataforma de e-learning específica además de contar con un seguimiento personalizado y con el asesoramiento de expertos en las materias propias del programa. En la clausura se incluyeron los testimonios de tres de los participantes en esta segunda edición. A continuación, se entregaron los diplomas acreditativos a todas las personas que han completado el itinerario formativo propuesto. En la clausura intervinieron Javier González de Lara, presidente de la CEM y de CEA, y Juan Ignacio Zafra, director territorial de CaixaBank en Andalucía Oriental y Murcia.

LA OPINIÓN, 08/10/16.

Culmina el programa de inserción de la CEM y La Caixa con 11 de 43 usuarios trabajando

Otros 18 participantes están desarrollando un proyecto empresarial y los demás siguen buscando empleo por cuenta ajena

:: SUR

MÁLAGA. De los 43 parados malagueños mayores de 45 años que han participado en la segunda edición del programa 'Transformando Futuro', impulsado por la CEM y la Obra So-

cial La Caixa, 11 han conseguido ya trabajo y otros 18 están iniciando un proyecto empresarial. Son las conclusiones que revelaron ayer los organizadores de esta iniciativa de inserción laboral y social que se distingue por una innovadora metodología.

El proyecto surge, como explicaron el presidente de la CEM, Javier González de Lara, y el director territorial de CaixaBank en Andalucía Oriental y Murcia, Juan Ignacio Zafra, como respuesta «a la progresiva demanda de planes de inserción profesional coherentes con la realidad de

los mayores de 45 años, para propiciar la reconversión de su perfil laboral, aumentando su empleabilidad y adaptándose mejor a la nueva realidad del mercado de trabajo, bien mediante el acceso a un puesto de trabajo por cuenta ajena, bien a través de la opción del autoempleo».

En esta segunda edición de Transformando Futuro ha contado con 43 participantes, que han hecho uso de una plataforma de teleformación específica además de contar con un seguimiento personalizado y con el asesoramiento de expertos.

En el acto de clausura del programa, celebrado en la sede de la CEM, se incluyeron los testimonios de tres de los participantes en esta segunda edición de Transformando Futuro. A continuación, se entregaron diplomas acreditativos a todas las personas que han completado el itinerario formativo propuesto.

Transformando Futuro se configura como un espacio colaborativo para la capacitación del colectivo de parados mayores de 45 años. Para ello, se ha contado con una metodología de trabajo altamente innovadora, así como con el compromiso de empresarios malagueños que han participado interviniendo en varias sesiones, compartiendo su experiencia y proponiendo la resolución de casos prácticos empresariales que los participantes han resuelto en equipo.

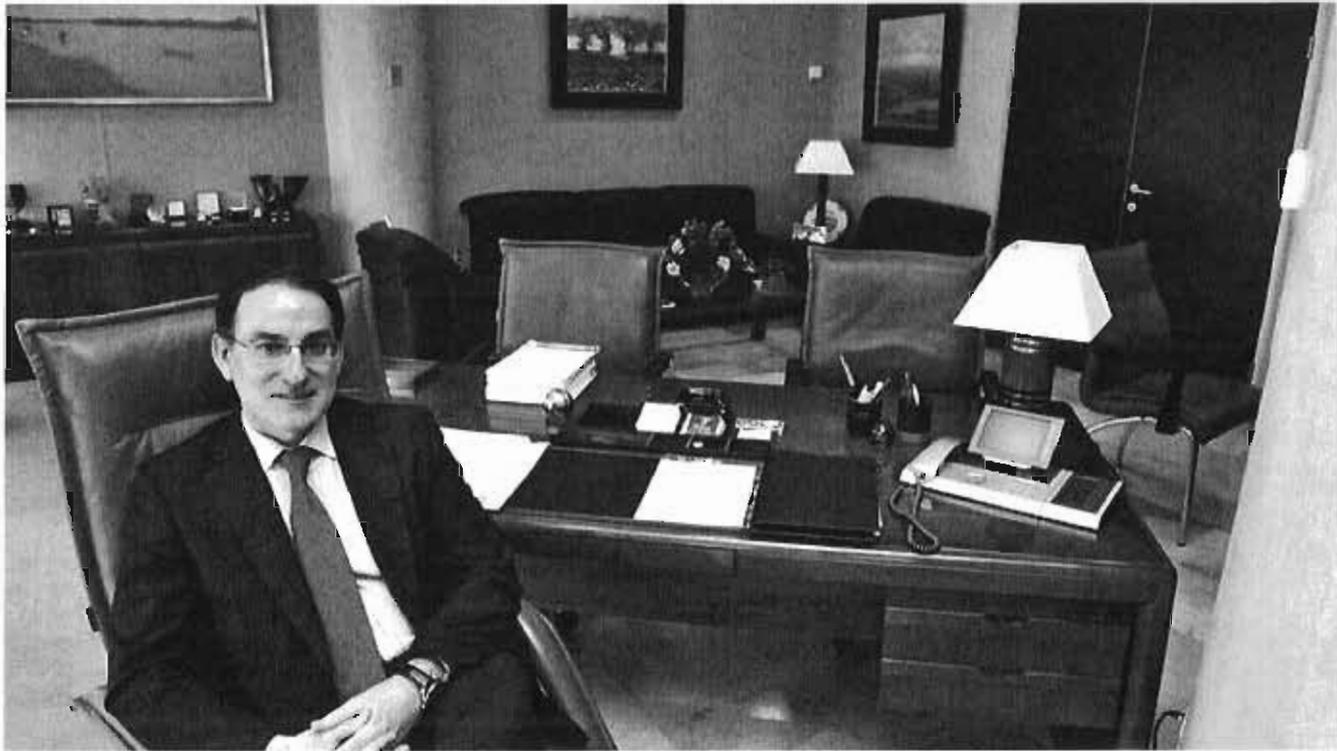
SUR, 08/10/16.

www.lainformacion.com

La CEA plantea a la Junta un plan especial de contingencia y promoción de Andalucía en el Reino Unido ante el Brexit

POR EUROPA PRESS

SEVILLA | 09/10/2016 - 17:06



La CEA plantea a la Junta un plan especial de contingencia y promoción de Andalucía en el Reino Unido ante el Brexit SEVILLA | EUROPA PRESS

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha planteado a la Junta de Andalucía y al resto de agentes sociales y económicos la puesta en marcha de un plan especial de contingencia y promoción de Andalucía en el Reino Unido ante la decisión del país británico de salir de la UE, en lo que se ha dado llamar 'Brexit'.

En declaraciones a Europa Press, González de Lara cree que "Andalucía debe estar preparada si se produce una desconexión a medio plazo", por lo que con ese plan pretende "tanto captar las inversiones que puedan fugarse de Reino Unido como mantener la fidelidad del mercado británico y de los residentes británicos hacia Andalucía".

Ha explicado que la Junta "está en esa misma sintonía" ya que "su voluntad es formar grupos de trabajo en ese sentido, por lo que espera mantener en breve encuentros de trabajo con la Junta "para hablar y concretar la estrategia con mayor intensidad, pues los intereses van en la misma línea, que son evaluar los efectos del Brexit y evaluar las oportunidades que se abren en Andalucía con dicho proceso".

Para el presidente de la CEA, el Brexit "tiene mucha tela que cortar, ya que acaba de empezar" y, a su juicio, "habrá que ver si la desconexión va a ser rápida o tendrá una cadencia de tiempos mucho mas lenta". Considera que "esto no va ser tan inmediato ni automático sino que requiere tiempo y la desconexión va a ser a medio plazo, y puede tardar dos o tres años seguro".

A su juicio, ante esa situación "necesitamos un Gobierno central ya, que esté en condiciones de tener una interlocución adecuada, por lo que no se puede seguir en interinidad, pues al final la credibilidad del país está en juego y necesitamos que haya cuanto antes un Gobierno".

González de Lara considera que esta decisión "tiene y tendrá efectos negativos, y Reino Unido ya está tomando medidas para disminuir los efectos, pero se trata de una decisión drástica que no tiene precedentes en la UE" y que a su juicio tampoco tiene "vuelta atrás". "Es imparable", asevera González de Lara, que apunta que "otra cosa es cómo se producirá, si se

producirá el camino lógico de entrar en el Escenario Económico Europeo, como Noruega, o si será una desconexión tipo Suiza".

Tras recordar que esa desconexión "no es fácil", ya que "Reino Unido se ve afectado en materia de seguridad, política agraria, industrial y económica", González de Lara ha indicado los efectos que puede tener esta salida en España, toda vez que Reino Unido es "el principal emisor de turistas extranjeros en España, donde cada año aterrizan más de 15 millones de turistas británicos".

Ha añadido que "cerca de 300.000 ciudadanos británicos viven en España permanentemente y otro medio millón parte del año". El presidente de los empresarios andaluces ha apuntado que de esos 300.000 británicos residentes en España, la mitad se pueden ubicar en la Costa del Sol donde "hay una comunidad de residentes muy relevante cuyas inversiones, pensiones, anhelos y futuro y jubilación la tiene en España".

No obstante, apunta que "los efectos del Brexit aún no se han visto", ya que "la temporada turística ha sido muy buena, y excelente", pero apunta que en breve "se pueden notar efectos en el sector agroalimentario, de fabricación de automóviles o energético".

Tras reconocer que "hay más preocupación en Reino Unido que en el resto del continente sobre qué va a ocurrir con el sistema financiero o si la capital financiera siga estando o no en la City londinense, eso está por ver; ahí hay interrogantes y ver qué posibles efectos habrá, sobre todo para nuestra industria turística", que se puede ver afectada a medio plazo por "la depreciación de la libra, el aumento de costes del transporte sanitario si hay

o no restricción a la libre circulación de personas y mercancías, o si habrá una reducción del turismo residencial o de salud".

Ante esto, González de Lara apuesta por "fortalecer mucho la imagen de España Andalucía en el entorno de los touroperadores y las alianzas turísticas con Reino Unido", además de "apostar por la calidad de los servicios turísticos".

En ese sentido, apuesta por establecer "un plan especial de contingencia y promoción de Andalucía en el Reino Unido", ya que "sería muy positivo que demos la imagen de que Andalucía es tierra de oportunidades y de inversión".

"Si se produce la desconexión a medio plazo, que Andalucía esté preparada", ha aseverado el presidente de la CEA, quien explica que ese plan pretende "tanto que haya una fidelidad, que no se rompa la fidelidad del visitante y el residente británico en Andalucía, como también captar inversiones, pues en Europa, en el momento en que avance la desconexión, todos los países se van a postular para ser receptores de inversiones".

Recuerda que Andalucía "tienen un papel crucial, pues tiene un clima único, infraestructuras turísticas únicas y tenemos la inercia de la fidelidad del mercado británico turístico", por lo que, a su juicio, "hay que aprovechar ese elemento, ese valor añadido que no tienen otros países que cuando quieran competir con nosotros lo van a tener más complicado".

"Si se va a producir fuga de inversiones o capitales debido a esa desconexión, algo que nadie desea, aquí en Andalucía estaremos encantados de recibir inversiones británicas", ha añadido.

Para González de Lara, "Andalucía tiene un gran número de oportunidades interesantes, y me consta que hay otras capitales de Europa que están jugando su papel e intentando captar inversiones", tras lo que aboga por que ese plan de contingencia "se amplíe a todos los sectores, sería sobre todo el turístico, pero también el industrial o inversiones especialmente en el ámbito tecnológico, donde Andalucía puede ser tenida en cuenta para que se instalen delegaciones o subsedes; o el sector agroalimentario, al que también le interesa que se puedan crear estructuras logísticas en Andalucía de cara al mercado británico".

"Ya tenemos bastante fortaleza en ese ámbito, y ahora nos interesa incrementarla", ha aseverado.

Diario Lara Razón. Edición Digital

09 de octubre de 2016. 09:45h **Paco Reyero/ Andrés Muriel/ Pedro García/ Marta M. Reca.** Sevilla.



Encuentro de La Razon con el presidente de la CEA, Javier Gonzalez de Lara

Manuel Olmedo

–Hay un 90% de españoles hastiados de la situación política. ¿Qué grado de hartazgo tienen los empresarios?

–Hay una sensación de hastío, de cansancio, de agotamiento y hasta de frustración y eso tiene sus riesgos. Hemos olvidado el espíritu de la Transición, cómo construir un país entre todos y ceder. ¿Qué ocurre? Que además se dan unos factores negativos que pueden provocar esa tormenta perfecta: la madurez de la democracia, que después de dos generaciones necesita una regeneración – eso ocurre en todos los países, cada 38-40 años, yo lo denomino el «efecto Tedax»–. Cada dos generaciones, los ciudadanos perciben que hay un agotamiento del sistema,

pero más importante es cuando dice «no sirve para nada la clase política». Y eso es un error.

–Es difícil cuantificarlo, pero ¿qué coste tiene para España y Andalucía la situación de más de 300 días sin Gobierno?

PUBLICIDAD

[inRead invented by Teads](#)

–Solamente los efectos de la parálisis institucional en las previsiones macroeconómicas para el año 2017 van a significar más de medio punto de producto interior bruto (PIB) menos en Andalucía –unos siete mil millones de euros–. Cada 143 días ha habido un proceso electoral y acción de Gobierno con cierta libertad solo tres meses entre convocatoria y convocatoria. Eso dificulta mucho que la economía se pueda recuperar. Todavía no hemos certificado el acta de defunción de la crisis, hay muchas pequeñas y medianas empresas (pymes) que lo siguen, lo seguimos, pasando mal porque el PIB no ha crecido lo suficiente para recuperar la caída tan brutal. En los ocho años de crisis Andalucía ha perdido el 10% de su tejido productivo, 54.000 pymes y autónomos. En los dos últimos años se han recuperado casi veinte mil, pero ese esfuerzo enorme que está realizando el sector privado necesita de una estabilidad institucional que genere seguridad.

–En cuanto a los fondos de formación, no hablamos ya de los problemas legales sino de la parálisis por la falta de recepción de fondos europeos durante cuatro años. ¿Se ha instalado un temor en la Administración?

–La Administración tiene que transformarse. Desde que ha empezado la crisis los empresarios estamos recibiendo consejos de los mercados, de Bruselas, de la OCDE... sobre qué tenemos que hacer para ser competitivos. Y sinceramente el sector público está muy relajado. Yo haría el símil con dos hermanos, uno de ellos está a dieta,

controla su colesterol, hace deporte, trabaja un montón de horas y el otro está siempre en el sofá con el mando de la tele. Es una Administración complaciente, cómoda, que además con todos los casos de judicialización que hemos vivido, ha echado el freno en su eficiencia. Por lo tanto, es básico una reforma profunda.

–¿Es la gran reforma que falta?

–Es una de ellas. Y pasa por modificar por ejemplo sin ningún temor la Ley Electoral. No comprendo cómo para elegir a la presidenta del Congreso el voto es secreto y para elegir al presidente del Gobierno tiene que ser a mano alzada, con disciplina de partido. ¡Modifíquese!

Seguramente tendríamos Gobierno si fuera secreto. Ya es el momento de plantearse cosas serias. Las últimas medidas de meterle la mano a las empresas con carácter retroactivo para paliar el déficit hace que las grandes compañías digan: no invertamos porque este país no nos da la confianza que debiera. Eso es lo que preocupa más, la inseguridad jurídica.

–Ya que ha tocado el tema fiscal, en su opinión, ¿hacia dónde debería ir encaminada una reforma? Teniendo en cuenta además que España ha incumplido repetidamente el déficit que impone Europa.

–La fundamental es acabar con la asimetría fiscal, es casi esquizofrénico conocer los 17 regímenes fiscales de las comunidades autónomas, más el del Gobierno, más la capacidad impositiva de los ayuntamientos. Provoca desigualdades entre territorios, como el Impuesto de Sucesiones, con comunidades con una bonificación del 99% como Madrid o Navarra. La Unión Europea (UE) no lo debería consentir. Si además del efecto capitalidad a Madrid se le otorga una fiscalidad extraordinaria, el mérito es que sigamos teniendo casi medio millón de empresas en Andalucía. Yo diría algo que puede sonar duro: Andalucía

quizá es el mejor lugar para vivir de España, pero es uno de los peores para morir.

–¿Cree que quien está a la cabeza de la Administración, la mayor empresa de la comunidad por número de trabajadores, está más pendiente de otras cuestiones?

–Si la presidenta de la Junta está coparticipando en un proceso de regeneración de su partido para ayudar a la gobernabilidad del país, ésa es la prioridad y los andaluces lo tenemos que entender. Seguramente no se marchará, pero debe priorizar para que no haya unas nuevas elecciones. Una cosa lleva a la otra: en el momento en que haya mayor estabilidad a nivel nacional, las comunidades se van a activar, están todas en modo pasivo. Si se puede ayudar desde Andalucía y luego eso tiene su retorno, pues mejor.

–¿Ve posibilidad de que los partidos alcancen un acuerdo estable para que se acuerden los presupuestos de 2017 y 2018?

–Veo que es un órdago interesante. Nadie ha hablado de líneas rojas, como en las primeras elecciones. Ahora hay unas personas muy capacitadas por parte tanto del PP como del PSOE para alcanzar un acuerdo, por lo tanto, soy positivista. Lo deseable sería un acuerdo de investidura, conseguir dos años de presupuesto es excesivo. Y lo más importante, aprobar el techo de gasto público para que las comunidades autónomas puedan aprobar sus presupuestos. Si tenemos unos presupuestos pactados entre las dos fuerzas mayoritarias políticas junto con Ciudadanos sería excelente.

–¿No se ha dejado pasar la oportunidad de la crisis para bascular el sistema productivo y promover una alternativa industrial?

–Hay un objetivo europeo, el Horizonte 20/20, que consiste en tener un equivalente del 20% del PIB de nuestra comunidad en el sector industrial. Va a ser muy complicado porque estamos en el 13-14%, las industrias no se generan de forma espontánea, y todavía estamos saliendo de una recesión muy grande. Es casi heroico abrir una industria en Andalucía como consecuencia de los controles, que no digo que no se cumplan: hay proyectos que llevan ocho o nueve años esperando para ampliar plantas y crear más empleo por la hiperregulación medioambiental y urbanística. Y no se trata tanto de cambiar el modelo productivo como de hacer más productivo el modelo. Cuando la construcción se nos vino abajo pensábamos que era el abismo y no fue así. Era importante, fíjense que del millón de desempleados, uno de cada dos procede de la construcción. Eso significa que si fuéramos capaces de activarla a un 30% de lo que fue, podríamos tener 250.000 empleos garantizados con personas con difícil inserción en otras actividades. Si no tienes más industria, intenta que el sector servicios se introduzca en la cadena transversal: por ejemplo, un hotel que fabrique sus propias toallas o utensilios. Lo importante es que consolidemos lo que somos. Y cuando una empresa se quiera instalar, no se cuestione. Cuando se ha planteado abrir una refinería petrolífera, lo primero que ha surgido han sido voces negativas. Es lógico que nos hagamos preguntas, pero es interesante antes de rechazar un proyecto analizarlo con rigor.

–Mirando la evolución del paro en los últimos tres años, sigue disminuyendo menos que a nivel nacional. ¿A qué lo achaca?

–Cuesta mucho más crear empleo neto a consecuencia de que hemos perdido 300.000 puestos en estos años de crisis. Tenemos unas inercias y unas diferencias ancestrales, a eso añádale un complemento más: una tasa de desempleo juvenil del 58%. Luego tenemos el hándicap

de nuestra estructura empresarial: nueve de cada diez empresas no tienen más de cinco trabajadores.

–Desde determinados ayuntamientos se está planteando la posibilidad de la tasa turística, ¿no se está jugando con la gallina de los huevos de oro?

–Absolutamente. Es una medida populista y poco meditada. En Barcelona se ha aprobado una moratoria de hoteles y está haciendo un daño importante. Cualquier medida fiscal decidida a golpe de impulso sin más me parece muy desafortunada. En ese sentido, podemos hablar también del proyecto de Ley de Cambio Climático. Estamos intentando convencer a la Junta desde la CEA de que no se puede crear un impuesto encubierto para el llamado sector difuso –turismo, comercio, transporte, agroalimentación– en función del consumo de electricidad, va a afectar muchísimo a la competitividad de la empresa. Todo el mundo acaba siempre con la misma conclusión: voy a poner un nuevo impuesto.

–Se alude al paro pero se está posponiendo el debate de las condiciones de los nuevos contratos. Los estudios sociales sitúan en riesgo de exclusión y pobreza a gran parte de los trabajadores.

–Los empresarios no estamos nada satisfechos con el tipo de empleo que se crea, aunque es muy complicado apostar por otra modalidad de contratación que no sea la temporal. Aun así hay que hacer una puntualización: uno de cada cuatro empleos es temporal; el resto, indefinido. Otra cuestión es que analicemos mes a mes el volumen de contratos temporales.

–No es solo referido a la temporalidad, si no a cuánto cobran al mes esos trabajadores.

–Vamos a recordar cuando en este país una persona cobraba mil euros y era casi un apestado social porque era mileurista. Los contextos son distintos. La realidad es muy

compleja, las empresas tienen que tener beneficios para continuar, ojalá pudiéramos pagar más y mejor. Aquí voy a hacer una llamada importante: el coste de la contratación. Se habla del despido, pero eso no tortura al empresario, lo que le preocupa es el elevadísimo coste de contratación. Estamos en un 35,6% –sumando lo que trabajador y empresa aportan–. Eso no existe en los países de la UE. ¡Reduzca las cotizaciones sociales por cada contrato indefinido diez puntos! Los contratos se disparaban, es tan sencillo como eso, pero hay pánico a tocar ese asunto.

–¿Cree que la CEA gestionó con toda la eficiencia que se le puede pedir los fondos para cursos de formación teniendo en cuenta el resultado y la tasa de paro? Entre 2009 y 2010 manejó 83 millones de euros.

–Para empezar, yo no estaba. La formación se hizo bien, era la adecuada, pero no nos engañemos, no te garantiza un empleo. Este proceso ha existido en todas las comunidades y quizá no se hizo un análisis a posteriori de los resultados que pudo tener en el mercado de trabajo. Tampoco podemos ser responsables del empleo que no se genera en una comunidad. El caso de la formación ha tenido más notoriedad sobre todo en Andalucía, pero les garantizo que en Madrid ha habido casos parecidos, y en Valencia... Posiblemente se han cometido errores y ahí está la Justicia para depurar responsabilidades, pero entiendo que el problema no ha sido en sí de las empresas que lo han ejecutado, si no un deficiente funcionamiento de la Administración, que no ha controlado.

–La estructura interna de la CEA ha sufrido un «estrangulamiento» provincial. ¿Cuál es el estado de la patronal?

–Más que estrangulamiento lo que estamos es en fase de contracción. La CEA ha llegado a tener 130 personas en plantilla y estamos en 30. A mí me ha tocado hacer esa labor compleja, llevo dos años y medio de sufrimiento y

pidiendo perdón por los pecados que no he cometido. Sí puedo decir con orgullo que tenemos una base asociativa muy potente, más de 170.000 autónomos y pymes, hemos incrementado la afiliación un 12% en el último año y vamos recuperando la normalidad con enorme sacrificio.

–¿Cómo puede atajarse la economía sumergida?

–Es un cáncer que tiene este país. Ha crecido más de un 30% en estos años de crisis. Existe permisividad y eso ni lo representamos los empresarios ni son empresarios: son piratas, con parche y garfio. Requiere un cambio de cultura que debe promover el sector público, no con el elemento punitivo de ir a visitar al que paga, que siempre se inspecciona curiosamente al que está dado de alta. Es verdad que en estos años la economía sumergida ha podido tener un efecto balsámico para evitar otras situaciones sociales más graves, pero la moratoria se terminó.

–Y respecto a la financiación, ¿cómo afecta la situación de la banca? El Estado se ha endeudado para salvarla, no hay cajas de ahorros y los grandes bancos son cada vez más sistémicos.

–Afecta muchísimo al día a día, si no hay financiación no hay futuro. Esa carestía y esa carencia de crédito es uno de los elementos que han abocado a muchas empresas a desaparecer, diría por estudios que hemos hecho que una de cada tres. Las entidades están perdiendo la territorialidad y es muy preocupante sobre todo en los ámbitos rurales. Cuando un banco te daba la espalda podías buscar otro, si al final quedan cinco lo vamos a tener complicado. Estamos expectantes porque, no nos engañemos, una vez que se produzca el Santo Advenimiento y tengamos nuevo Gobierno, va a haber una nueva reestructuración de la banca.



Málaga Valley modifica su plan de acción para captar más inversión extranjera

Nuevos tiempos ▶ De la Torre reconoce las dificultades, después de diez años de funcionamiento, para situar a la capital como un foco de oportunidades para invertir y trabajar **Modelo** ▶ Se quiere implantar un sistema de promoción como el turístico, que está dando resultados **I+D+I** ▶ Cristina Garmendia explica que Málaga se fijará en Alemania para atraer inversión extranjera al PTA

Miguel Ferrary
MÁLAGA

@miguel ferrary



El Club Málaga Valley intenta reinventarse tras diez años de funcionamiento y ante la constatación de que el modelo original se ha agotado. La exministra socialista Cristina Garmendia ha asumido la presidencia del club para pilotar este cambio, que se centrará en mirar al exterior para atraer inversión extranjera y animar a los empresarios malagueños a dar el salto a otros países. Garmendia, que ayer dejó claro que hay que cambiar la forma de trabajar, apuntó a Alemania como modelo de innovación y protagonista de las acciones de promoción de Málaga para captar inversiones. Además, Garmendia, dentro de los nuevos vientos de Málaga Valley, reiteró que los empresarios locales deben asumir un nuevo protagonismo en el club, una de las carencias de estos últimos diez años.

El principal problema de esta nueva etapa será fijar una hoja de ruta para «ver cómo se hace más conocido y se consigue atraer inversión extranjera a Málaga», tal y como reconoció ayer el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, durante el acto de presentación de esta nueva etapa del Club Málaga Valley al que asistieron, además de Cristina Garmendia, el presidente de honor, Javier Cremades; el director de Aertec, Antonio Gómez-Guillamón; el embajador de Alemania en España, Peter Tempel; el rector de la UMA, José Ángel Narváez, y el presidente del Círculo Hispano-Alemán, José Luis López Schummer, entre otros.

Llama la atención que uno de los principales objetivos sea dar a conocer en Europa esta «marca o lobby tecnológico» después de diez años de funcionamiento, lo que muestra la falta de internacionalización del club, una rémora que se quiere solventar. Para ello, el alcalde se fija en el modelo de promoción que se ha utilizado para situar a la capital como referente internacional y que ha dado tan buen resultado. De la Torre reconoció ayer que «no es fácil dar a conocer a Málaga no solo como destino turístico sino también como lugar en el que invertir y trabajar», por lo que agradeció la labor de la embajada española en Berlín y de la alemana en Madrid.

El alcalde considera necesario conocer la capacidad de Málaga



Cristina Garmendia, Francisco de la Torre y Antonio Gómez-Guillamón, ayer en la empresa Aertec. I.O.



Repetir el éxito turístico

Trabajar en la promoción de Málaga como zona de inversión al igual que se ha realizado con el turismo

Alemania, objetivo

Fijarse en el liderazgo tecnológico que Alemania supone para Europa con el fin de aprender de ello, atraer inversión extranjera al PTA, visibilizarse y establecer relaciones bilaterales entre países con la colaboración de universidades

Empresas locales

Involucrar al empresariado local y a la Universidad de Málaga en esta nueva estrategia



Presentación del Málaga Valley. ARCHIEGA

para atraer emprendimiento y talento, entender las inversiones y el por qué las empresas eligen la ciudad, así como recopilar datos de las ventajas que tiene Málaga capital sobre la competencia.

«Se trata de ir mirando cómo podemos mejorar la posición competitiva de Málaga y sacar conclusiones», afirmó De la Torre, quien adelantó que «todo lo que sea dar a conocer el producto con rapidez, con eficacia, con honestidad, sin contar nada que no sea verdad, solo la realidad de las cosas, es bueno que lo hagamos», abogando por realizarlo a semejanza de como se hace promoción en Turismo.

Uno de los ejemplos del nuevo sistema de trabajo del Málaga Valley podrían ser las jornadas que sobre el brexit se han celebrado esta semana en Málaga y la asistencia con un expositor propio en Going Global, una de las mayores ferias que se celebran en el Reino Unido dirigida a empresas que buscan su expansión internacional.

Plan estratégico

Para potenciar la captación de inversiones, empresas y talento, el Club Málaga Valley presentó ayer la hoja de ruta del Plan Estratégico de Internacionalización y Captación de Inversiones Extranjeras

en Málaga, que será «muy abierta», según dijo ayer su presidenta, Cristina Garmendia. «Málaga Valley -dijo Garmendia- tiene que jugar ese papel de agregador y engranaje de experiencias, por lo que hay que trabajar en esa hoja de ruta para sumar voluntades y ser capaces de llevar el proyecto desde lo local a relacionarnos con la Unión Europea».

Garmendia recordó que hace meses, cuando se lanzó la nueva marca, se plantearon en dos retos: apertura al entorno internacional y la aproximación a lo local. En este punto, puso en valor las acciones llevadas a cabo en Madrid ese pasado jueves y ayer en el PTA de Málaga, donde visitaron numerosas empresas.

Sobre las aspiraciones a corto plazo, Garmendia explicó que la ciudad de Málaga se fijará en el liderazgo tecnológico que Alemania supone para Europa con el fin de aprender de ello, atraer inversión extranjera al PTA, visibilizarse y establecer relaciones bilaterales entre países con la colaboración de universidades.

También tuvo palabras para el alcalde, ya que «sin una visión y un compromiso explícito» Málaga Valley no sería una realidad y pidió que este proyecto sea «asumido por todos los grupos políticos» porque tiene que ver con el futuro de la ciudad.

NURIA
TRIGUERO

ANÁLISIS

MÁLAGA VALLEY ENTRA EN LA 'ERA GARMENDIA'

El Club escenifica su nueva etapa, con encuentros anuales tematizados por países y que priorizarán el intercambio empresarial. Su presidenta quiere implicar «a toda la ciudad»

Se nota que Cristina Garmendia, la flamante presidenta del Club Málaga Valley, quería ayer escenificar el nuevo rumbo que pretende imprimir a esta iniciativa, en la que ha sustituido a Javier Cremades -que sigue presente como presidente de honor-. Parece que las maratónicas jornadas de conferencias que reunían dos veces al año a cientos de asistentes en escenarios como el Echeagaray no se repetirán en la 'era Garmendia'. La exministra y presidenta de la Fundación Cotec ha elegido un formato de reuniones diferente. Para empezar, van a ser una vez al año y cada vez dedicadas a un país diferente: Alemania ha sido el primero elegido, por su «liderazgo tecnológico e industrial» que ejerce en Europa. Ya no van a estar basadas tanto en charlas de expertos, sino en encuentros y visitas entre empresas de Málaga y del país en cuestión.

Una agenda más flexible, discreta y práctica, en definitiva. El objetivo: aprender prácticas de éxito de otros lugares, dar a conocer la ciudad como destino de inversiones y fomentar las relaciones empresariales bilaterales. Esta vez, por ejemplo, la cita ha constado de dos días: el jueves, un encuentro de empresarios alemanes y malagueños en la Embajada de Berlín en Madrid y ayer en Málaga, una visita al PTA y una presentación en el Salón de los Espejos del Ayuntamiento para prensa y miembros del Club. Presentación que, por cierto, pese a ser más corta de las que nos tenía acostumbrados Javier Cremades, fue



De izda a dcha., Francisco de la Torre, José Ángel Narváez, el embajador de Alemania y Cristina Garmendia. SALVADOR SALAS

mucho más larga de lo programado. «Lo breve si bueno, dos veces bueno» es un refrán al que nunca han hecho demasiado caso en el Club.

Garmendia recordó ayer en dicha presentación los dos ejes sobre los que va a pivotar Málaga Valley a partir de ahora: apertura al entorno internacional y aproximación a lo local. Sabedora de que el Club ha suscitado críticas en algunos sectores por su escaso contacto con el te-

jido empresarial y la sociedad civil malagueños, incidió en su intención de implicar a toda la ciudad en su cruzada, de «sumar esfuerzos». «Vamos a innovar en la manera de trabajar», dijo, porque «no solo hay que innovar para hacer políticas, sino innovar en la manera de hacer política» y «esto tiene que ser un proyecto de todos», afirmó. Se refirió específicamente a los partidos de la oposición -en el Salón de los

Espejos había representantes de Ciudadanos y del PSOE-, pidiéndoles que «asuman este proyecto a largo plazo» porque «tiene que ver con el futuro de la ciudad». Y también a la Universidad de Málaga, que tiene que jugar «un papel clave». El rector, José Ángel Narváez, aceptó el reto.

La exministra fue más allá y reclamó acercar la iniciativa a la ciudad. «Las herramientas de un ecosistema como Málaga Valley se pueden poner encima de la mesa para ayudar a resolver los retos ciudadanos; imaginad lo que puede suponer que Málaga se muestre en Europa como un laboratorio urbano al servicio de la ciudad», remarcó. También habló de ser «eficaces».

El alcalde, por su parte, habló de la hoja de ruta del Plan Estratégico de Internacionalización y Captación de Inversiones Extranjeras. «Se trata de ver cómo conseguir que las empresas malagueñas tengan una visión más internacional de los mercados y cómo conseguir que la marca potente de Málaga sea conocida allí donde hay decisiones». Una hoja de ruta de la que no concretó mucho más -a pesar de ser el motivo oficial de la convocatoria de ayer- pero que, aseguró, va a ser «muy abierta y la vamos a escribir entre todos».

Al terminar la presentación, un detalle significativo: por primera vez en diez años ayer no hubo foto de familia en la escalera del Ayuntamiento. Garmendia, por cierto, había dicho: «Hoy tenemos aquí una buena foto, pero detrás de las fotos tiene que haber actuaciones».

M

Menos agua. La Viñuela está muy lejos del máximo histórico que alcanzó en julio de 2004, de 164,3 hm³. **II A. PELÁEZ**

EL AGUA, LA ASIGNATURA PENDIENTE DE MÁLAGA

Desde la última sequía no se ha avanzado en la provincia en ninguno de los grandes proyectos barajados por las administraciones para garantizar el abastecimiento y los regadíos

Málaga ha despedido el año hidrológico (1 de octubre de 2015-30 de septiembre de 2016) con las reservas hídricas en sus embalses más bajas desde 2009, cuando la provincia comenzaba a recuperarse del último periodo de sequía (2005-2008). En agosto de 2005 las reservas sólo eran de 217,2 hectómetros cúbicos. Hoy las siete presas de la provincia apenas almacenan 251,2 hectómetros cúbicos, lo que significa que en menos de medio año nos situaremos en el mismo escenario que se vivió en los meses previos a la última sequía. El consumo medio anual de Málaga ronda los 120 hectómetros cúbicos,



AGUSTÍN PELÁEZ

apelaez@diariosur.es

bicos, de los que casi la mitad se los lleva la capital.

A pesar de todo, la Delegación Territorial de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio en Málaga asegura que en el supuesto de que este otoño siga siendo seco y no se registren precipitaciones existen reservas hídricas suficientes en los pantanos malagueños para garantizar el abastecimiento, al menos, un año en el caso de la Costa del Sol occidental,

año y medio en la comarca de la Axarquía, y dos años de abastecimiento y regadío en Guadalhorce y en la capital. Sin embargo, el consejero de Medio Ambiente, José Fiscal, reconocía hace apenas una semana en una visita a Nerja que la situación de los embalses es «preocupante», aunque no hay ninguna comarca en situación de alerta de sequía, sino en prealerta. «Si hay unas precipitaciones normales, y las previsiones de la Aemet apuntan a que este otoño lo será dentro de la media, no habrá necesidad de decretar medidas de restricción del agua. Ojalá se cumplan las previsiones», manifestó Fiscal, quien en todo caso advirtió de que el abastecimiento humano «está asegurado», aunque apostilló que sectores ▶

Las reservas hídricas actuales de la provincia se encuentran a apenas 40 hm³ de los niveles previos a la declaración de la última sequía de 2005-2008

► como el de la agricultura «si podrían verse más afectados».

El año agrícola, que finalizó el pasado 31 de agosto, se cerró en la capital con sólo 356,1 litros por metro cuadrado, cuando la media histórica (1980-2010) es de 532,9 litros por metro cuadrado, según la Aemet. Son 176,8 litros por metro cuadrado menos. Pese a ello, y después de un mes de septiembre sin apenas lluvia, la Junta de Andalucía sigue sin decidir las medidas y actuaciones que llevará a cabo para hacer frente a la sequía, garantizar el abastecimiento y los regadíos.

Lo más grave de todo es que la provincia no ha experimentado mejoras significativas en infraestructuras para evitar los efectos de la sequía desde 2009. De hecho, muchas actuaciones, algunas iniciadas, han terminado en el olvido.

Según el delegado de Medio Ambiente, Adolfo Moreno, la Consejería está estudiando actualmente los posibles escenarios que se pueden dar antes de tomar alguna decisión, por lo que se remite a las medidas contempladas a medio y largo plazo dentro del Plan Hidrológico de las Cuencas Mediterráneas 2015/2021.

No obstante, Moreno aclara que la apuesta de la Junta pasa por llevar a cabo proyectos estructurales que resuelvan a largo plazo los problemas de abastecimiento en la provincia, como es el caso del trasvase de Iznájar, que entra dentro del diseño de la Administración andaluza de interconectar las diferentes cuencas, aún cuando no ha habido avances en Málaga en los últimos ocho años, y no tanto por acometer actuaciones coyunturales.

La única acción que ha llevado a cabo la junta para paliar la situación de déficit de agua en la provincia en esta línea afecta a la comarca Norte de Antequera, donde hay pueblos como Fuente Piedra que están siendo abastecidos con cubas dos días por semana. La solución planteada pasa por el trasvase de 5 hm³ desde la presa de Iznájar (Córdoba). Sin embargo, ha pedido al Gobierno central que las obras sean declaradas de Interés General del Estado, algo a lo que el ejecutivo del PP no parece estar dispuesto.

Costa del Sol

La Concepción es el principal recurso de las Costa del Sol occidental (Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Mijas, Ojén, Marbella, Istán, Benahavís, Estepona, Casares y Manilva). El uso para regadío en la zona es mínimo. Los municipios completan sus recursos con la desaladora de Marbella, que le aporta entre 10 y 12 hm³ al año; los pozos de Fuengirola (5 hm³), transferencias desde el Campo de Gibraltar -Acosol tiene suscrito un acuerdo con la empresa Agua y Residuos del Campo de Gibraltar (ARCGISA) para el suministro de 7 hm³ al año, aunque la vez que más sólo han recibido un



El embalse de La Viñuela se encuentra sólo a siete hectómetros cúbicos de cruzar el umbral del decreto de sequía. Desciende a un ritmo de un hm³ p



máximo de 5 hm³-, lo que puede recibir Málaga, los pozos del Guadiaro y otros recursos subterráneos, especialmente en Torremolinos y Benalmádena.

Según el consejero delegado de Acosol, Juan Carlos Fernández Rañada, el problema de La Concepción es que con una semana de lluvias se llena. Por ello en años lluviosos gran parte del agua debe ser desembalsada. Fernández es partidario de avanzar en la ejecución de una nueva conexión con Málaga para trasvasar los recursos excedentes hasta el mayor embalse de la provincia, La Viñuela. Sin embargo, la actual conexión con la capital no tiene la sección suficiente y presenta tramos obsoletos con una antigüedad de más de 40 años, como la existente entre la presa y Fuengirola. Además la tube-

ria es de agua potable.

Aunque se habló mucho del recortamiento de La Concepción durante la sequía de 2005, el proyecto está absolutamente parado, quizá porque se trata de una inversión presupuestada en 210 millones de euros. En el Plan Hidrológico vigente figura sin embargo para el horizonte de 2027. Su objetivo es almacenar los excedentes que aho-

La Junta asegura que el abastecimiento está asegurado, pero el 'agro' podría verse afectado

ra se vierten al mar. Para Moreno, la solución para la Costa del Sol pasa por el recortamiento de la presa, ya que puede triplicar su capacidad, y «sólo entonces empezar a pensar en la conexión con Málaga y la Axarquía».

Otra obra pendiente es el túnel de trasvase del Genal al sistema de río Verde de Marbella, que exige una inversión de unos 48 millones, de la cual tampoco hay previsiones a corto plazo. Al igual que el recortamiento, no se prevé antes de 2027.

Lo mismo sucede con la desaladora de Fuengirola-Mijas, una obra que aunque se llegó a adjudicar en 2009 en 61,7 millones, sigue pendiente de que el Ayuntamiento mijeje facilite los terrenos. Su ejecución figura en el Plan Hidrológico

de 2015 para el horizonte 2027 con una inversión de 88 millones.

Guadalhorce

El sistema de pantanos del Guadalhorce destina una media anual de 55 hm³ para abastecimiento y en torno a 43 a riego. Según las previsiones de la propia Junta, este sistema puede rebasar el umbral de sequía, si no llueve, antes de que concluya 2016. El umbral de sequía para los tres pantanos está en 130 hm³ en noviembre. Sin embargo, Moreno asegura que el sistema tiene reservas para dos años.

La Empresa Municipal de Aguas de Málaga (Emasa), que tiene en estos embalses su principal recurso hídrico, considera necesario para mejorar el suministro a la capital que la Junta apueste por modernizar los regadíos del Guadalhorce evitando las

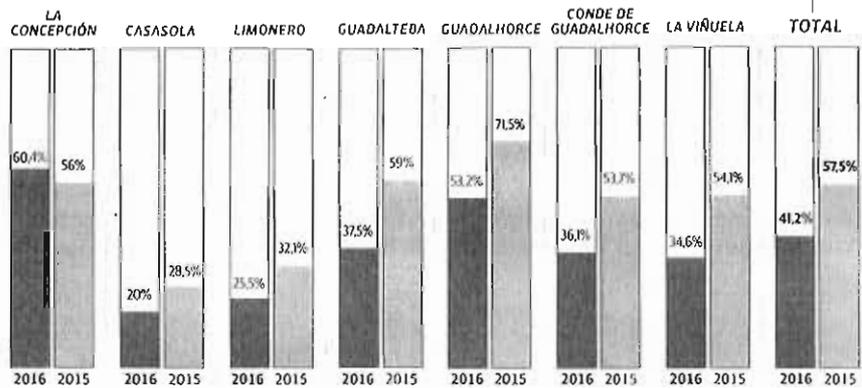


▲ Embalse de La Viñuela. Es el pantano más gran de la rovincia con una capacidad de 165,4 hectómetros cúbicos. Actualmente, sin embargo almacena apenas 56 hm3, un 34 por ciento de su capacidad. El descenso en su almacenamiento se aprecia or días, haciendo visibles algunos montículos que han permanecido sumergidos, como el que se aprecia a la izquierda. Desde julio e 2015 se encuentra en prealerta de sequía y si no recibe aportaciones, cuando llegue a los 49,3 hm3 entrará en decreto de sequía por tanto comenzarán las restricciones. :: A. PELÁEZ

Así están los embalses

Situación actual comparada con el año anterior

La capacidad total de los embalses es de 617,58 hm³. Actualmente hay 250,8 hm³ acumulados



ALGUNAS DE LAS OBRAS MÁS IMPORTANTES DEL PLAN HIDROLÓGICO

Recrecimiento de La Concepción

Objetivo: Aumentar la capacidad de almacenamiento del embalse. Plan Hidrológico: Lo contempla para el horizonte de 2027. Inversión: 210 millones de euros, con cargo al Gobierno central.

Túnel de trasvase del Genal al sistema de río Verde-Marbella

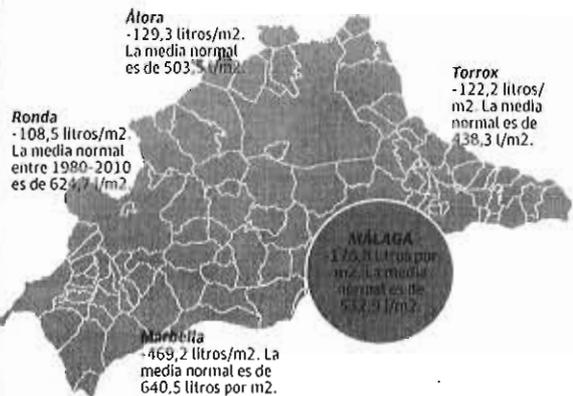
Objetivo: Trasvasar agua a la Costa del Sol occidental. Plan Hidrológico: Horizonte 2027. Inversión: 48 millones de euros, con cargo al Gobierno central.

Desaladora de Mijas-Fuengirola

Objetivo: Facilitar agua para la Costa del Sol occidental. Plan Hidrológico: Horizonte de ejecución 2027. Inversión: El plan contempla 88,4 millones con cargo al Gobierno central. Curiosamente, este proyecto se adjudicó en 2009 a una UTE en 61,7 millones por Acumad y la Agencia Andaluza del Agua. Desde entonces no se ha hecho nada, pendiente de que el Ayuntamiento de Mijas facilite los terrenos.

Corrección vertido salinos al embalse del Guadalhorce

Precipitaciones acumuladas en el año agrario 2015-2016



Objetivo: Acabar con los aportes de agua sobre del manantial de Meliones y mejorar la calidad de las aguas de regadío. Emasa cuenta con una desaladora en el Atabal. Plan Hidrológico: Horizonte de ejecución 2027. Inversión: 66,8 millones, con cargo a la Administración central.

Conexión reversible entre los abastecimientos de Málaga y la Costa del Sol

Objetivo: Facilitar la interconexión de los dos sistemas. Plan Hidrológico: Horizonte 2027.

Inversión: 37,5 millones. Gobierno central.

Desaladora bajo Guadalhorce

Objetivo: Nuevo recurso hídrico para los municipios y la capital. Plan Hidrológico: Más de 2027. Inversión: No cuantificada. A cargo de la Junta.

Desaladora de la Axarquía

Objetivo: Nuevo recurso. Plan Hidrológico: Horizonte de ejecución 2027. Inversión: 75 millones de euros. Administración central.

enormes fugas que registra actualmente; corregir los aportes salinos del manantial de Meliones, otro problema que sigue sin resolverse; mejorar la conexión con La Concepción, y acabar el proyecto del azud y la tubería de Cenro Blanco, que tiene como finalidad transportar 20 hm3 al año de río Grande hasta el Atabal. Esta actuación fue adjudicada en 2006 en 43 millones, pero unas protestas vecinales llevaron a paralizarla.

Axarquía

En la comarca, la preocupación de los regantes crece por días. La posibilidad de que se dicte un decreto de sequía —el umbral está fijado entre 47,9 y 51,9 hm3 entre octubre y diciembre— en este sistema conllevará que las reservas se destinen de manera prioritaria al abastecimiento huma-

no. Sin embargo, desde la Junta se asegura que la comarca cuenta con suficientes recursos hídricos para atender los usos actuales (aguas superficiales reguladas y fluyentes, subterráneas y regeneradas). La única actuación realizada por la Junta en la comarca ha consistido en la limpieza del túnel de Rúbite, que conduce sus aguas en caso de lluvia hasta La Viñuela. Aunque en 2007, consideró prioritario una desaladora en la comarca para reducir la dependencia de La Viñuela, su ejecución no se prevé hasta 2027. Durante el decreto de sequía de 2008 que afectó a 18 pueblos, la Junta anunció una inversión de 11 millones de euros en obras de emergencia. Se invirtieron unos seis millones. Ninguna concluyó ni llegó a ponerse en marcha. Ahora los regantes piden que se culminen.

PP y PSOE discrepan sobre los trasvases en la provincia

:: A. PELÁEZ

MÁLAGA La falta de agua en Málaga no es nueva. Regantes de la Axarquía llevan dos años exigiendo medidas, incluida la posibilidad de trasvasar agua hasta La Viñuela desde Guadiaro, la Costa del Sol occidental, Iznájar e incluso Rules para garantizar los regadíos y almacenar agua en el principal embalse de la provincia. Los pueblos de la comarca Norte de Antequera han hecho propio, pero pidiendo agua de Iznájar (Córdoba). Sin embargo,

los dos grandes partidos políticos de la provincia no se ponen de acuerdo. Los socialistas y el PP apoyan el trasvase de agua desde Iznájar. Sin embargo, discrepan cuando se trata de exigir que las obras sean declaradas de interés general del Estado, algo a lo que el Gobierno «popular» ya ha dicho 'no' por entender que compete a la Junta.

Mientras el PP pide a la Junta que se estudie la posibilidad de ejecutar una conducción desde La Concepción para llevar el agua excedente

que se tirará al mar hasta La Viñuela, el PSOE ha manifestado en diversas ocasiones que no están por apoyar que se trasvasen recursos desde una cuenca donde no sobra el agua para el abastecimiento a otra para entrar en guerras del agua. En este sentido, el propio secretario provincial del PSOE, Miguel Ángel Heredia, llegó a calificar de «barbaridad», la tubería que el presidente provincial del PP, Elías Bendodo, prometió para trasvasar agua excedente a la Axarquía y que cuenta con financiación dentro de los presupuestos generales del Estado con una consignación de 17 millones de euros.

En cambio, sobre la posibilidad de un trasvase desde Rules a La Viñuela, el PP de Motril ya se ha mostrado frontalmente en contra.

El turismo de golf genera un impacto de más de 400 millones en la Costa del Sol



ALBERTO GÓMEZ

En Twitter: @Agalmendres

La Diputación prevé que el segmento, que atrae a visitantes de alto poder adquisitivo, crezca un cuatro por ciento este año respecto a 2015

MÁLAGA. El turismo de golf crecerá en la Costa del Sol un cuatro por ciento este año respecto a 2015, un dato que confirma la recuperación del segmento, uno de los más importantes para la economía andaluza pero también de los más castigados por la crisis. Desde la Diputación de Málaga aseguran que el turismo de golf ya genera un impacto directo superior a los 400 millones de euros, cifra que aumenta hasta los 900 millones si se suman los ingresos indirectos. La Costa del Sol, que cuenta con más de 70 campos, es uno de los principales destinos europeos para este tipo de visitantes, especialmente atractivos por su alto poder adquisitivo.

Los buenos datos del segmento se extienden al resto de Andalucía, donde los turistas atraídos por este deporte gastan una media de 130 euros diarios, una cantidad muy superior al gasto de los visitantes de otros segmentos, y prolongan su estancia en torno a los once días. Desde la Consejería de Turismo destacan «la labor desestacionalizadora» de este sector y su gran infraestructura, con más de cien recorridos, en su mayor parte en la Costa del Sol. Estos campos son, precisamente, el concepto mejor valorado por los turistas que viajan a Andalucía. En una escala hecha pública por la Junta, los visitantes otorgan a los campos de golf, por encima del patrimonio cultural, con 8,5 puntos. Las ocho provincias andaluzas reciben cada año a más de medio millón de turistas atraídos por su oferta golfística.

El 69 por ciento de estos turistas aseguran no tener un motivo secundario para visitar Andalucía más allá de la práctica del golf. A comienzos de año, numerosos clubes malagueños, entre ellos Baviera, El Paraíso, Lauro, Doña Julia, Torrequebrada o Río Real, acometeron mejoras en sus instalaciones para culminar su puesta a punto de cara al verano. El presidente de Turismo Costa del Sol, Elías Bendodo, destacó entonces que estas acciones «son una muestra más de la responsabilidad y el compromiso de los empresarios para ofrecer un destino con equipamientos siempre en buen estado».

La renovación de las instalaciones parece haber dado sus frutos a tenor de los resultados obtenidos en los tres primeros trimestres de

este año. En términos generales, la Costa del Sol pone punto y final a otro verano histórico en el que ha recibido más de seis millones de turistas por primera vez, lo que supone un aumento del once por ciento respecto a 2015. Los viajeros dejaron en la provincia un total de 5.940 millones de euros, catorce puntos más que entre junio y septiembre del pasado año.

La nacionalidad predominante entre los turistas de golf que vienen a Andalucía es la británica; cuatro de cada diez visitantes procede de Reino Unido. Le siguen, aunque a gran distancia, españoles y alemanes, que captan el catorce y el once por ciento del total, respectivamente. La estancia media de los visitantes de golf es de 11,9 días, frente a los 8,8 días del cómputo general, datos que afian-

zan su posición como «visitantes de calidad». El Plan de Acción elaborado por la Consejería de Turismo tiene en cuenta estos aspectos diferenciales y recoge numerosas acciones promocionales tanto a nivel nacional como internacional. Los cien campos habilitados para la práctica de este deporte en Andalucía suponen un 22 por ciento del total de la oferta española. Cataluña y Castilla y León, inmediatos perseguidores, agrupan el 9,9 y el 9,7 por ciento de la oferta, respectivamente.

IVA «desproporcionado»

El segmento continúa peleando contra un 21 por ciento de IVA que los empresarios consideran «desproporcionado» porque no reconoce la condición de reclamo turístico del golf. El Gobierno central subió este por

centaje del ocho al 21 por ciento, una medida muy criticada en el sector. Como fortalezas del destino andaluz, sin embargo, los expertos citan la notoriedad del destino, con la Costa del Sol como marca de renombre internacional, el clima, el amplio número de campos y de oferta complementaria y la cercanía a los principales emisores gracias a la conectividad aérea.

Los profesionales del sector también destacan la capacidad de los campos para recuperar terrenos altamente degradados, convirtiéndolos en espacios de alto valor ambiental que devuelven la dignidad perdida a vertederos de basura, escombros y escombros, y recuerdan que desde hace años permanece decretada la utilización de aguas residuales para el riego del césped de los campos.



El golf atrae cada año a cerca de medio millón de visitantes a Andalucía. :: A. G.

Andalucía vuelve a ponerse como objetivo la celebración de torneos profesionales

:: A. GÓMEZ

MÁLAGA. La celebración en Valdeherra del Open de España supuso este año el regreso del Circuito Europeo, el segundo más importante del mundo tras el PGA, a Andalucía. El campo gaditano recibió a algunos de los mejores jugadores del mundo, como Sergio García, uno de los grandes impulsores del proyecto. El mes pasado, Málaga volvía a ser sede del 'tour' europeo al organizar el Open de España femenino en Aloha Golf, también con la presencia de golfistas de primer nivel como Azahara Muñoz, que aca-

bó conquistando el torneo. El impacto publicitario de este tipo de eventos, que son seguidos por millones de personas, refuerza la promoción de los destinos andaluces.

La organización del Open de España femenino formaba parte de una estrategia turística y deportiva puesta en marcha por la Junta de Andalucía, la Diputación de Málaga y la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental en colaboración con la Real Federación Española de Golf. Esta colaboración institucional tiene como objetivo el regreso definitivo de la

Costa del Sol al Circuito Europeo, del que ha sido sede en varias ocasiones. La estrategia turística andaluza cambió de rumbo tras el estallido de la crisis y la comunidad dejó de albergar torneos profesionales del 'tour' europeo, cuya organización requería desembolsos imposibles en tiempos de recesión. Andalucía comenzó entonces a apostar por la presencia en ferias y citas propias del segmento y por la promoción en circuitos 'amateurs', competiciones pequeñas donde el mensaje llegaba de forma directa.

El impacto publicitario de los grandes torneos profesionales, sin embargo, ha vuelto a activar los planes de la Junta, que en esta ocasión busca inversores privados y la colaboración de otras instituciones para atraer competiciones de primer orden. La estrategia pretende poner en valor los más de cien campos de golf de Andalucía.

Torremolinos lidera las estancias y el número de viajeros en el litoral malagueño

:: A. GÓMEZ

TORREMOLINOS. Torremolinos consolidó este verano su liderazgo como destino turístico en la Costa del Sol. Durante agosto, fue el municipio que más viajeros y más estancias recibió de todo el litoral malagueño, con 114.366 turistas y 636.539 estancias. Los datos de la coyuntura turística muestran que la localidad también está a la cabeza en cuanto a viajeros, con un 30,7 por ciento, y en cuanto a estancias, con un 34,7 por ciento. Destinos tan turísticos como Marbella, Fuengirola, Estepona o Benalmádena quedan por detrás de Torremolinos, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Torremolinos también se situó líder durante agosto en la ocupación en el fin de semana durante agosto con 91,74 por ciento; en el número de habitaciones, con 9.846, y en el de camas, con 20.499. Los hoteles del municipio ya ocuparon el 88,2 por ciento de sus plazas en junio y julio, un dato que confirma el liderazgo turístico de Torremolinos en Andalucía. Con más de 1,1 millones de pernoctaciones registradas en ambos meses, la localidad costera se sitúa a la cabeza de la ocupación hotelera en la comunidad autónoma, por encima de Sevilla (820.625 estancias), Benalmádena (776.953) y Roquetas de Mar (735.503), según las cifras aportadas por el Instituto de Estadística de Andalucía.

Buena previsión

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) prevé que el municipio no baje del 75 por ciento de ocupación hotelera en otoño. A los buenos datos turísticos hay que sumar que Torremolinos es la localidad andaluza con mayor número de camas disponibles, por lo que el alto porcentaje de ocupación resulta especialmente meritorio. La reapertura a finales de julio del Hotel Las Palomas, tras una reforma que, según la empresa, ha superado los seis millones de euros, refuerza la planta turística de la localidad malagueña.

Durante los primeros siete meses de 2016, Torremolinos ha registrado un 8,46 por ciento más de viajeros alojados en apartamentos turísticos respecto al mismo período del año pasado. Como consecuencia, también las estancias en estos apartamentos se han incrementado un 9,33 por ciento y el porcentaje de ocupación asciende ya al 91,53 por ciento, registrándose una estancia media superior a los siete días. Torremolinos es uno de los pocos municipios españoles que, sin ser capital de provincia, supera cada año la barrera del millón de visitantes.



Las ayudas del Plan Prepara, más conocidas como la ayuda de los 400 euros, también incluyen orientación laboral. :: SUR

Dos mil malagueños perderán la ayuda de 400 euros si el paro baja del 18% a nivel nacional



43.000 parados de larga duración o con cargas familiares se han beneficiado en la provincia del Prepara, que se cobra durante seis meses e incluye orientación laboral

MÁLAGA. Es un último recurso, un cabo al que agarrarse cuando ya se han agotado todas las prestaciones y subsidios de desempleo. El Plan Prepara, más conocido como la ayuda de los 400 euros, ha beneficiado desde su nacimiento en 2011 a casi 43.000 parados de larga duración en la provincia. A día de hoy hay algo más de 2.000 malagueños cobrándola, según los datos suministrados por la Subdelegación del Gobierno. Pero este «programa de recualificación profesional» — así se denomina oficialmente — puede tener los días contados.

El decreto-ley que regula el Plan Prepara establece que su vigencia se prorrogue de forma automática

por periodos de seis meses a partir del 16 de agosto de 2013, siempre que la tasa de desempleo española sea superior al 18%. Su última prórroga se aprobó el pasado agosto, por lo que se volverá a revisar en febrero de 2016. Y ése puede ser el momento de su finalización, ya que la tasa de paro nacional está actualmente en el 20% y dado el ritmo actual de creación de empleo, es posible que la próxima edición de la Encuesta de Población Activa — prevista para finales de este mes — sitúe dicho indicador por debajo del 18%.

El problema es que en Málaga, como en el resto de Andalucía, la tasa de paro está bastante por encima del 20%. De hecho, en la provincia es seis puntos superior a ese porcentaje; nueve puntos en el caso del conjunto regional. Además, el problema del paro de larga duración está aquí más enquistado que en otras regiones más favorecidas. Según los datos de paro registrado publicados esta misma semana, en la provincia hay 77.200 personas que llevan más de un año buscando trabajo, lo que supone el 47% del total de demandantes de empleo.

La ayuda del Plan Prepara ha sido solicitada desde su entrada en vigor por 49.824 malagueños, de los que 42.921 la han recibido (al resto les fue denegada por no cumplir alguno de sus requisitos). El número

de solicitudes ha ido cayendo progresivamente, dado que es una prestación que se cobra durante seis meses improrrogables. Además, en 2013 se endureció el criterio de concesión, primándose a los parados con cargas familiares y de larga duración (es decir, que llevan inscritas en el SAE al menos 12 de los últimos 18 meses). Así, en los dos primeros años recibieron esta ayuda casi 28.000 parados en la provincia, para después ir reduciéndose el número de beneficiarios: 6.427 en 2013, 4.880 en 2014, 3.707 en 2015 y 2.022 entre enero y agosto de 2016. El Gobierno lleva de-

sembolsados 89 millones de euros en concepto de ayudas del Plan Prepara en la provincia.

El programa fue aprobado por el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero y prorrogado en varias ocasiones por Mariano Rajoy, hasta que a comienzos de 2013 se decidió que la ayuda se mantuviera activa hasta que la tasa de desempleo no descendiera del 20%. Este listón se mantuvo hasta que el pasado mes de abril se bajó al 18%. Cabe la posibilidad, pues, de que vuelva a modificarse para que los parados de larga duración puedan seguir teniendo a su alcance esta ayuda.

Más de 60.000 malagueños dependen de un subsidio

:: N. T.

MÁLAGA No llegan ni a dos de cada diez los parados de la provincia conservan el derecho a cobrar la prestación contributiva. Conforme se ha ido alargando la crisis, la cobertura del seguro de desempleo ha ido cayendo: si en 2007 era del 50%, ahora esta protección social apenas llega al 16% del total de inscritos en el SAE: 25.944

de los 163.201, según los últimos datos publicados por el Ministerio. Son muchos más los parados que dependen de un subsidio o ayuda no contributiva: algo más de 61.000 mil en la provincia.

La conocida como 'ayuda familiar', el Plan Prepara, la Renta Activa de Inserción, el Programa de Activación para el Empleo y el subsidio eventual agrario son los

El problema es que en Málaga, igual que en Andalucía, la tasa de paro está bastante por encima del 20%

El Plan Prepara es, en la práctica, un subsidio, pero sobre el papel es un programa de reinserción laboral. Y es que se supone que sus beneficiarios acceden a un «itinerario individualizado y personalizado de inserción, que contemple el diagnóstico sobre su empleabilidad, así como las medidas de políticas activas de empleo dirigidas a mejorarla» y a «políticas activas de empleo encaminadas a la recualificación y/o reinserción profesional necesarias para que puedan incorporarse a nuevos puestos de trabajo». De hecho, los parados quedan obligados a formar parte de un itinerario de reinserción laboral.

Sin recursos suficientes

Y aquí es donde el programa cojea, porque según atestiguan los propios beneficiarios y los profesionales encargados de ofrecer esta orientación, la Administración no tiene recursos suficientes para diseñar un itinerario de empleo personalizado, y al final éste queda reducido a unas cuantas charlas. «Los usuarios reciben una sesión grupal de dos horas al mes en la que se abordan temas muy genéricos: el mercado de trabajo, la página de empleo de la Junta, el currículum, herramientas para encontrar empleo...», explica Rosario García, técnico de Andalucía Orienta. «Podríamos hacer intermediación; cosas más útiles, pero es un programa muy cetrado. Además, cada año hay menos dinero para orientación laboral», lamenta.

Carlos Andrés Vázquez, de 40 años, ha sido hasta hace poco beneficiario del Plan Prepara en Málaga y lo describe así: «Iba a charlas con entre 15 y 20 personas. Nos enseñaron a redactar el currículum, cómo se mueve ahora el mercado laboral... Todo muy general, aunque a mí me resultó útil porque estaba muy perdido». «Estaría mejor si fuera más personalizado», concluye.

diferentes programas a los que pueden acogerse los parados que han agotado la prestación: ninguna alcanza los 500 euros mensuales. Los requisitos son diferentes en cada caso: llevar más de un año en paro, tener cargas familiares, haber agotado todas las demás prestaciones... aunque siempre coinciden, lógicamente, en exigir un bajo nivel de renta al beneficiario.

Este gran colectivo de parados que dependen de subsidios queda superado por otro aún mayor: el de los 76.000 malagueños sin trabajo que carecen de cualquier clase de protección social.



El olivar malagueño quiere sacar más jugo a su oro líquido

Arranca la campaña de la recogida de la aceituna con los agricultores mirando al cielo. La sequía lastra este año a un sector que presume de calidad pero busca más rentabilidad

AGRICULTURA

J. J.
BUIZA

economía@clarosur.es

El campo malagueño afronta otra de sus grandes campañas, la del olivar, con los agricultores mirando al cielo, pero asumiendo que los números serán peores a los del año pasado. La recogida ya ha arrancado en algunos puntos de la provincia, primero con la aceituna de mesa. En unas semanas empezará la campaña del aceite y los 22.000 olivares de Málaga esperan con avidez la aparición de una lluvia que podría mejorar una cosecha que con casi toda seguridad no superará los 71 millones de kilos del año pasado.

«Es pronto para dar una previsión fiable, pero seguro

que será más parecida a la de hace dos años, cuando se recogieron 61 millones. Lo normal es que sean entre 60 y 65», explica Baldomero Bellido, presidente provincial de Asaja.

«La falta de lluvias está marcando la campaña. No hay tamaño y la aceituna presenta un aspecto no demasiado bueno, pero problema de calidad seguro que no va a haber», afirma Esteban Carneiro, portavoz de Dcoop. La buena noticia para los agricultores está en el precio, que por ahora no ha bajado de los 3 euros en origen en ninguna de sus modalidades, desde el virgen extra al lampante. «Es un precio atractivo para el

El escaso 'stock' mantiene los precios atractivos para el agricultor, por encima de los tres euros

El mercado local aún es el principal destino de la aceituna manzanilla aloréña

En el primer semestre el aceite de oliva superó a la fruta en valor de exportaciones desde Málaga

agricultor», señala Bellido. El escaso 'stock' del aceite almacenado hace prever que el precio se mantenga, aunque muchos comercializadores han preferido importar aceite de otros países a menor coste, sacrificando la calidad.

Así las cosas, el reto del sector todavía está en sacar el máximo jugo a un oro líquido cuyo prestigio es incuestionable. «En la actualidad, Málaga es un referente en la calidad. Tiene una gran variedad de aceitunas y una larga trayectoria de premios nacionales e internacionales», apunta Miguel Abad, experto en olivicultura y elaiotecnología de la consultora IQS, que recientemente participó en

un seminario para mejorar la comercialización del aceite de oliva malagueño. El propio Abad cita firmas como Finca La Torre o Fuente de Piedra, que se han hecho con un nombre asociado al mercado 'gourmet', fuera de los circuitos de los grandes productores. «Son marcas que no suponen un gran volumen, pero que sí que dan una imagen de producto de calidad que nos favorece a todos», subraya el presidente de Asaja Málaga.

En cuanto al verdeo, Juan Antonio Berrocal, presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protégida Aceituna Aloréña de Málaga, cree que se presenta una campaña media y



71

millones de kilos. Fue la cifra de la última cosecha del aceite en Málaga. Este año no se espera que supere los 65.

10

millones de euros. Es el negocio que genera el 'verdeo' de la aceituna alorená en la provincia, la primera campaña de la temporada del olivar.

4.000

familias están directamente relacionadas con la recogida de la aceituna de mesa en Málaga.

138

millones de euros. Fue el valor de las exportaciones de aceite de oliva desde Málaga en el primer semestre de este año

proceso de elaboración completamente artesanal, sin ningún aditivo químico. El 40% de esta aceituna se consume en Málaga, y el resto se reparte por el norte de España, Alemania, Estados Unidos o Japón, entre otros.

En el caso del aceite, la exportación se lleva más de un tercio de lo que se produce en España. En el primer semestre de este año el aceite de oliva en estocaje se convirtió en el producto más exportado desde Málaga en cuanto a valor económico, adelantando a las frutas frescas: 138 millones de euros frente a 135. La demanda en el extranjero se ha convertido en una salida natural, aunque para algunos expertos hace falta mirar más a los mercados locales y nacionales, sobre todo en el caso de las almazaras que apuestan por la calidad.

«Yo no creo que la exportación deba de ser prioritaria

para un aceite dirigido a un público 'gourmet'. Es una herramienta más para poder vender los excedentes del aceite que consumimos en el territorio nacional. Hay un grandísimo potencial en España de crecimiento para todo tipo de aceites», comenta Miguel Abad, para quien la clave para ser más competitivos está en hacer de la «excelencia» una «filosofía de vida», que vaya desde la recogida en el campo hasta el servicio.

Para este especialista, el inconveniente en el caso de la industria en Málaga puede estar en «la falta de unidad de la base productiva», al igual que en otros territorios. «Málaga tiene dos zonas muy diferenciadas en la forma de producir, pero que si se unieran en la estrategia de marketing serán mucho más fuertes las dos», opina.

Y es que de las aceitunas malagueñas salen desde aceites de oliva virgen extra de alto nivel hasta aceite de marca blanca. Recientemente se hacía público que el 21% del aceite de Hacendado, la enseña de Mercadona, procede de la provincia, solo por detrás de Córdoba y de Jaén, con un 32% y 31% respectivamente. Dcoop, la gran cooperativa andaluza, destaca entre los proveedores por su elevado volumen de compras.

«Nosotros no somos especuladores. Procuramos tener siempre clientes y destinos estables y poder atenderlos», señala Esteban Carneros, quien tampoco espera grandes variaciones esta temporada en cuanto a los envíos nacionales ni internacionales. Dcoop ha reforzado en el último ejercicio su liderazgo mundial en producción de aceite de oliva, aceitunas de mesa y vinos, y confía en poder rondar los mil millones de facturación este año.

que buena parte del aceite que venden al exterior fuera importado, a su vez, desde España, así que las cifras son complicadas de interpretar. Estados Unidos es el cliente preferido para ambos mercados. Recientemente, la Internacional del Aceite de Oliva Español, organización que agrupa a olivares, cooperativas, industrias y envasadores, revelaba que en el primer semestre de este año España superaba por primera vez a Italia en exportacio-

nes al país norteamericano, con casi 70.000 toneladas frente a 66.000. Las ventas de aceite de oliva 'made in Spain' se han disparado en estos seis meses un 56,7%, mientras que las de Italia han caído en cerca de 4.000 toneladas. El reto ahora está en que el consumidor estadounidense empiece a apreciar la marca España, entre otras cosas porque mucho del aceite de oliva nacional que se vende en América lleva etiqueta italiana.

Los grandes grupos del aceite rediseñan envases por ahorro y estética

Deoleo y Dcoop han lanzado al mercado nuevos formatos buscando calar en el consumidor y en la hostelería

de J. J. B.

MÁLAGA. En un contexto en el que las ventas del aceite de marcas blancas no paran de crecer, los grandes grupos idean fórmulas para que sus enseñas propias impacten más y mejor en el cliente final. La estrategia ya no solo pasa por potenciar la calidad del producto, sino también su presentación. Por eso, este mismo año se han lanzado al mercado nuevos envases que han supuesto un rediseño por razones de ahorro y de estética. Se trata de medidas enfocadas no solo al consumidor doméstico, sino también a la hostelería.

Este último es el caso por ejemplo del nuevo formato de Dcoop de un litro de aceite de oliva virgen extra, que se presenta en cajas de 24 unidades y que está disponible en el mercado desde el mes pasado orientado a satisfacer las peticiones de bares y restaurantes. «Se trata de una solución única, del tamaño más demandado en el sector Horeca, y más competitiva», afirman desde Dcoop. Más profundo ha sido el plan de rediseño de Deoleo de este año, que ha

afectado a sus marcas Carbonell, Koipe, Bertolli, Carapelli y Sasso. La compañía lo presentó en su junta de accionistas de este verano y ha querido huir del cristal, apostando por los cambios de color y los tonos oscuros, y potenciando el etiquetado del origen del aceite.

Deoleo buscaba «cambiar la forma en la que el consumidor percibe el producto en los lineales» del súper. Con las botellas oscuras se persigue reducir la exposición del aceite a la luz para prevenir su oxidación y proteger la calidad del producto. La empresa justificó la reducción del peso de sus recipientes de cristal en el «respeto al medio ambiente» y razonó los cambios en el etiquetado por querer incluir un «DNI del aceite», con de-

talles sobre su procedencia, fechas y datos químicos y nutricionales.

Más allá del marketing, detrás de estas modificaciones también se adivina un interés por optimizar costes y mejorar la operativa de transporte y logística, con formatos que se adecuen a la demanda actual. En 2015, las ventas del aceite de oliva de marca blanca siguieron creciendo y ya rozan el 70% de la cuota de mercado en España. Según un informe de Facua de este mismo año, el precio del aceite puede variar en más de dos euros dependiendo de la marca, lo que supone diferencias de hasta el 126%.

La organización de consumidores alerta además de que el precio medio con respecto a su estudio anterior (de 2013) se ha encarecido un 28,6% en los envases de plástico de un litro de virgen extra, un 29,9% en los envases de lata de 5 litros y hasta un 31,2% en los de plástico de 5 litros.

Los cambios de formato también han llegado a la aceituna de mesa. El plan de inversión de Dcoop para este año contemplaba 10 millones de euros en su planta de Dos Hermanas para, entre otras cosas, duplicar la capacidad de su línea de envasado de bolsas de plástico y aluminio, cada vez más consolidados frente al vidrio y las latas, sobre todo en el mercado internacional.

Deoleo apuesta por botellas más oscuras para evitar la oxidación por la luz

En aceitunas de mesa, las bolsas de plástico y aluminio ganan peso frente al vidrio y las latas

El precio de las botellas en el súper se ha encarecido un 30% en tres años



Botellas de aceite de oliva en un expositor. :: sur

ESPAÑA SUPERA A ITALIA EN VENTAS A USA

El aceite de oliva ha sido históricamente motivo de rivalidad entre España e Italia, que han pugnado siempre por superarse en los 'rankings' de calidad y de negocio. Los italianos han liderado habitualmente las exportaciones, aun-

Los empresarios piden más inspecciones que acaben con los alojamientos ilegales

► Más de 15.000 apartamentos turísticos se han acogido al decreto que regula esta actividad, siendo Málaga la provincia con más solicitudes

L. O. MÁLAGA

La Federación Andaluza de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Fahat) ha propuesto, en una reunión con la Consejería de Turismo y Deporte, que la inspección de Turismo centre su principal actividad ante la «proliferación de alojamientos ilegales» y que el nuevo decreto de alquiler de viviendas con fines turísticos pretenda dar solución. Tras un vezano récord en pernociaciones hoteleras y extrahoteleras, directivos de Fahat se reunieron con el viceconsejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Diego Ramos, y con la directora general de Calidad, Innovación y Fomento, Carmen Arjona, para hacer balance y seguimiento de la aplicación de este nueva normativa.

En el transcurso de este encuentro, la Junta ha trasladado al sector que hasta principios de octubre se ha registrado un total de 15.000 solicitudes en las ocho provincias andaluzas, desde el pasado mes de mayo, fecha de la entrada en vigor del nuevo decreto. Este dato es equivalente a unas 60.000 camas en Andalucía. Ambas partes han coincidido en su voluntad de estrechar la colaboración de entidades públicas y privadas,

de buscar fórmulas que permitan la racionalización de esta oferta en los entornos urbanos y rurales, la aceleración del proceso de regularización y la erradicación del mercado de los alojamientos que operan de forma clandestina.

Por otra parte, y de acuerdo con la Consejería de Turismo, se van a iniciar los trámites previos para implantar en Andalucía el sistema europeo que regula los alojamientos hoteleros por puntos y que permita una mayor flexibilidad de la oferta hotelera, de acuerdo con las necesidades y exigencias del mercado actual.

Un fenómeno en auge

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 encañecido en las zonas de influencia.

Las viviendas turísticas, que hasta el pasado mayo funcionaban en la trastienda de la ley, sin nin-

guna figura normativa que las regulase, 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 acelerado. 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 situación reconocible y con plenas garantías legales.

En los cuatro meses que lleva el decreto en vigor, han sido un total de 8.134 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.

La provincia acapara el 26% del juego privado andaluz con casi 450 millones

► Málaga lidera un sector que el año pasado generó un gasto que ascendió a los 1.735 millones de euros en toda la región ► Sólo las máquinas recreativas movieron en la provincia 245 millones, mientras que los dos casinos sumaron 136 millones y los bingos, otros 68'5 ► Tras frenarse la caída provocada por la crisis económica, el sector pide la atención de la administración andaluza

J. T. MÁLAGA

► Málaga es de lejos la provincia andaluza con mayor gasto en juego privado con un volumen total que el año pasado ascendió a 449,8 millones de euros. Según los datos que maneja la Consejería de Hacienda y Administración Pública, la provincia representa el 26% del total andaluz que, entre las ocho, ascendió a 1.735 millones. Sevilla, con 379 millones, se situó como la segunda con más gasto, seguida de Cádiz (252), Almería (148), Granada (146), Córdoba (137), Huelva (119) y Jaén (102). El liderazgo de Málaga, paralelo a su impacto turístico y al número de establecimientos dedicados a esta actividad —dos casinos, diez bingos y 5.140 máquinas tragaperras— está claramente representado en el volumen de las recreativas, ya que éstas movieron durante el año pasado más de 245 millones de euros por los 136 millones de los casinos y los 68,5 de los bingos. En Andalucía, las máquinas recreativas de tipo B, aquellas en las que se apuesta para ganar premios en metálico, sumaron el 77,5%.

Pese a las cifras que arroja Málaga, la crisis económica ha hecho mella en un sector que poco a poco va recuperándose. Tanto es así, que los cerca de 450 millones de euros del volumen de juego que se movió el año pasado en Málaga están muy lejos de los 727,6 millones de 2007, el techo de la última década que se vino abajo hasta los 427,9 de 2014, un descenso del 38%. Por tipo de juego, el volumen en los casinos también se ha reducido en la última década en la provincia y en Andalucía. De los cuatro que hay en Andalucía, dos están en Málaga, aunque desde 2014 comienza a recuperarse la cantidad económica que mueven. En cuanto a los bingos, Málaga es la segunda provincia con más salas de Andalucía, con 10 de los 39 existentes en la comunidad, sólo superada por Cádiz. Entre las dos tienen más de la mitad de los establecimientos en funcionamiento en la región.

El volumen económico que mueven estos locales en Málaga también se ha reducido significativamente y ha caído a más de la mitad, pasando de los 163 millones que registraba en 2016 a los 68 millones del pasado año, con nueve salas menos abiertas. En cuanto a las má-



Una mesa en un casino dispuesta para empezar una partida. La

sus datos en Málaga

VOLUMEN	GASTO REAL	RECREATIVAS	FORMACIÓN	SECTOR
Casi 450 millones de euros	Cada malagueño gasta 118 € de media	Las máquinas más productivas	Líder en casinos y máquinas	Una fuente de trabajo
► El volumen de juego total en Andalucía el año pasado fue de 1.735 millones de euros. En Málaga fue de 449,8 millones de euros, lo que supone el 26% del total andaluz lo que aporta la provincia.	► Según los datos de la Consejería de Hacienda y Administración Pública, el gasto real de la provincia asciende a casi 118 euros por persona, mientras que el gasto aparente se estima en 72,4 €.	► Sólomente las máquinas recreativas movieron en la provincia de Málaga 245 millones de euros, más de la mitad del total. Hace una década la cifra alcanzó los 300 millones de euros.	► La provincia cuenta con dos de los cuatro casinos de la región. También lidera el ranking de máquinas recreativas con 5.140 unidades. Cádiz, con 11 bingos, es líder en este campo en el que Málaga suma 10.	► El juego genera en Andalucía unos 12.200 empleos directos e indirectos a través de 881 empresas en funcionamiento que gestionan 687 salones de juego y cuenta con 28.383 máquinas operativas.

quinas de juego, el dinero que mueven también se ha reducido aunque en menor cantidad, pasando de los 300 millones de hace una década a los 245 millones del ejercicio de 2015, con un gasto medio por habitante de 37,7 euros.

El año pasado, la Junta de Andalucía realizó 1.951 inspecciones en materia de juego privado en la provincia, siendo las máquinas las que más registraron, con 1.802. Tras estas inspecciones, se levantaron 208 expedientes sancionadores, de los que 131 quedaron resueltos. En Málaga, son 7.800 las prohibi-

ciones activas para impedir que personas entren a lugares de juego, con los bingos como los establecimientos con más prohibiciones, con 3.703; le siguen los casinos, con 2.812 y los salones de juego, con 1.285. En Andalucía, son 22.502 prohibiciones las que estaban activas el pasado ejercicio.

Tras frenar su caída, el sector del juego reclama al gobierno autonómico una mayor atención a un gremio que genera miles de empleos y reporta millones de euros a las arcas públicas. «Somos un sector empresarial serio y profesional que

crea muchos puestos de trabajo», subrayó el vicepresidente de la Federación Andaluza de Asociaciones de Máquinas Recreativas, Salones y Ocio (ANMARE), Enrique Rosas, durante el quinto Expongreso Andaluz sobre el juego celebrado recientemente en Torremolinos. Concretamente, y según los datos de la patronal, el juego genera en Andalucía unos 12.200 empleos directos e indirectos a través de 881 empresas en funcionamiento que gestionan 687 salones de juego y cuenta con 28.383 máquinas operativas instaladas.

La tasa fiscal sobre el juego en la región representará para la Junta en 2016 ingresos por valor de 162,6 millones de euros, constituyendo, según Rosas, «el segundo impuesto que más recauda» para el gobierno autonómico. Sobre las dificultades que enfrenta el sector en Andalucía, Rosas consideró excesivos los requisitos administrativos y elevada la presión fiscal que soporta el juego. «En el momento en el que la Administración mueve ficha en cuanto a trabas administrativas o normativa fiscal automáticamente el sector reacciona», advirtió antes de recordar cómo la subida de la tasa fiscal en 2012 causó una merma en el número de máquinas instaladas.



Control

El año pasado, la Junta realizó 1.951 inspecciones en la provincia que dieron lugar a 208 expedientes sancionadores

MÁLAGA

URBANISMO

REACCIONES



Luis Machuca

ARQUITECTO

"Es irrelevante que desde el barco se vea un pirulí; más pantalla es La Malagueta"



Eugenio Chicano

PINTOR

"Demasiado agresiva para una ciudad que es todavía coqueta y mediterránea"



Ester Ramírez

PTA. ASOC. VECINOS CENTRO

"Al final se hará el hotel porque sí, sin tener en cuenta la opinión de los demás"



Salvador Jiménez

PTE. ASOCIACIÓN ZEGRÍ

"Si alguien lo ha considerado como la obra emblemática de Málaga, se equivoca"



Juan Gavilán

CATEDRÁTICO DE FILOSOFÍA

"¿El trabajo que creará es suficiente para que planten ese mamotreto?"

Ángel Pérez Mora

PROF. ESCUELA ARQUITECTURA

"¿De qué se trata? ¿De llevar al morro un hotel que se coma Gibralfaro?"



Javier Boned

ARQUITECTO

"Hay poca transparencia en el inicio de todo este proceso"



Iñaki P. de la Fuente

ARQUITECTO

"La continua pelea política y el miedo no pueden suponer un continuo freno"



Diego Rodríguez

PRESIDENTE DEL ATENEO

"Hay que estudiar las consecuencias y concluir si merece la pena o no"

Manuel Hernández

DIR. ORQUESTA FILARMÓNICA

"Va a proyectar una imagen de modernidad y a generar inversiones"

● Una decena de voces de arquitectos, vecinos y artistas se pronuncian sobre la torre de 135 metros en el dique de Levante y sus previsibles efectos sobre la ciudad

El debate sobre el hotel sigue vivo

Redacción MÁLAGA

Mientras el PP y Ciudadanos, en sesión plenaria, dieron al traste hace un par de semanas con las reclamaciones de varios grupos políticos y colectivos ciudadanos para que el proyecto de hotel en el dique de Levante sea objeto de un debate social, la discusión sigue viva. Lo está en las voces de arquitectos, artistas y vecinos que muestran su visión sobre esta infraestructura.

El arquitecto Luis Machuca huye de cuestionar el posible impacto visual. "Me parece irrelevante que en el barco se vea un pirulí como referencia de Málaga, más pantalla es el barrio de La Malagueta", señala. A su juicio, la propuesta no tiene por qué "molestar" a los malagueños, llamando la atención sobre el efecto que causa "cualquier arquitectura nueva en un sitio que antes no estaba colonizado". "El mejor planteamiento que se puede hacer es un buen proyecto; si va a ser un hito en la ciudad que no sea un edificio vulgar", añade. Si pone el acento en dar una solución a la movilidad.

Iñaki Pérez de la Fuente, copartícipe del proyecto de peatonalización de la calle Larios, defiende como "deseable" que un proyecto de esta envergadura se abra a la participación de la ciudad y admite que el proceso "se ha gestionado de manera deficiente". Sin embargo, advierte de que "el miedo y la continua pelea política no pueden suponer un continuo freno a



Parcela en la que se proyecta el hotel del puerto.

cualquier iniciativa". Lejos de los reparos que puede generar el planteamiento de un edificio "singular", apoya una apuesta de este tipo en el espacio portuario. Ahora bien, rechaza que la parcela seleccionada se convierta "en un espacio privilegiado vallado para el disfrute único del hotel; tiene que ser un espacio de ciudad".

Otro de los arquitectos consultados, Javier Boned, miembro de la Academia de Bellas Artes de San Telmo, abunda en que lo cuestionable no es tanto la estética del edificio, diseñado por José Seguí, como que "estas cosas tan importantes para la ciudad deberían gestionarse de otra manera". "Hay poca transparencia en el inicio de todo esto", insiste. A su juicio, el debate sobre la altura es secundario. Incluso, se mostró a favor para hacer una torre "a lo mejor hay que hacerla más alta". Por eso apuesta por ir "al inicio" de la cuestión y plantear preguntas sobre "por qué necesidad surge, por

qué un señor del puerto decide que vaya una torre o que vaya un tiiovivo".

La cultura malagueña también tiene opinión sobre el hotel de 135 metros. "Si se trata de crear muchos puestos de trabajo se podían crear en el Paseo Marítimo Antonio Machado sin necesidad de levantar una estructura que marque tanto a una ciudad", afirma el pintor Eugenio Chicano, para quien la arquitectura propuesta "es demasiado agresiva para una ciudad que todavía es coqueta y mediterránea". En este punto, demanda que se sea coherente con la historia de Málaga y "su sensibilidad".

Diego Rodríguez Vargas, presidente del Ateneo, tras admitir no disponer toda la información precisa, se muestra contundente tras la primera impresión: "me parece una monstruosidad que se construya como se sigue construyendo en Málaga; más en un entorno donde La Malagueta y la Farola están ya sanaradísimas". Para Rodrí-

guez, la estética del inmueble "es un paso atrás", aunque sitúa en el otro lado de la balanza el impacto económico que puede generar. "Habría que ver los casos de otras ciudades en las que se han construido torres similares, estudiar bien las consecuencias y concluir si efectivamente ha merecido o no la pena", demanda. Manuel Hernández Silva, director titular de la Orquesta Filarmónica de Málaga, da su aval si la torre "va a proyectar una imagen de modernidad y además genera inversiones".

La presidenta de la Asociación de Vecinos del Centro Antiguo, Ester Ramírez, es más crítica. "Es lo de siempre, al final se hará el hotel por que sí, sin tener en cuenta la opinión de los demás", explica. Y lanza un dardo al alcalde, Francisco de la Torre. "El equipo de gobierno del PP se está dejando impresionar por unas expectativas que no sabemos si son reales y que pueden suponer un problema porque lo que se haga ahí es para toda la vida", apostilla.

El arquitecto y profesor de la Escuela de Arquitectura Ángel Pérez Mora cuestiona la propuesta, al afectar a "la imagen más bella" de Málaga, que es la que se ve "desde el mar, acercándose a su puerto". A esta estampa, según señala, se le quiere poner ahora "una baliza de 150 metros". "¿De qué se trata? ¿De llevar al morro un hotel que se coma la panorámica de Gibralfaro?", se pregunta.

Salvador Jiménez, presidente de la Asociación Zegrí, duda de que un rascacielos puede ser la señal de identidad de la ciudad. "A cualquier cosa que se hace hoy en día se le da un bombo tremendo, pero si eso alguien lo ha considerado como la obra emblemática de Málaga, estoy seguro de que se está equivocando", opina.

Juan Gavilán, catedrático de Filosofía y profesor de Antropología de la UNED, califica de "aberración" el proyecto del hotel. "Esa especie de monumento a la barbarie que será una pantalla enorme, el edificio más alto de Málaga, es tremendo porque cambia radicalmente la configuración del puerto. Y me planteo si los puestos de trabajo que va a crear el hotel son suficientes para que nos planten esa especie de mamotreto ahí, por bello que sea".

MÁLAGA

Alumnos de 35 carreras de la UMA terminarán sus estudios en empresas

● La Universidad de Málaga crea un programa inédito para que los proyectos de fin de grado de los estudiantes resuelvan problemas reales planteados desde las compañías

Encarna Maldonado MÁLAGA

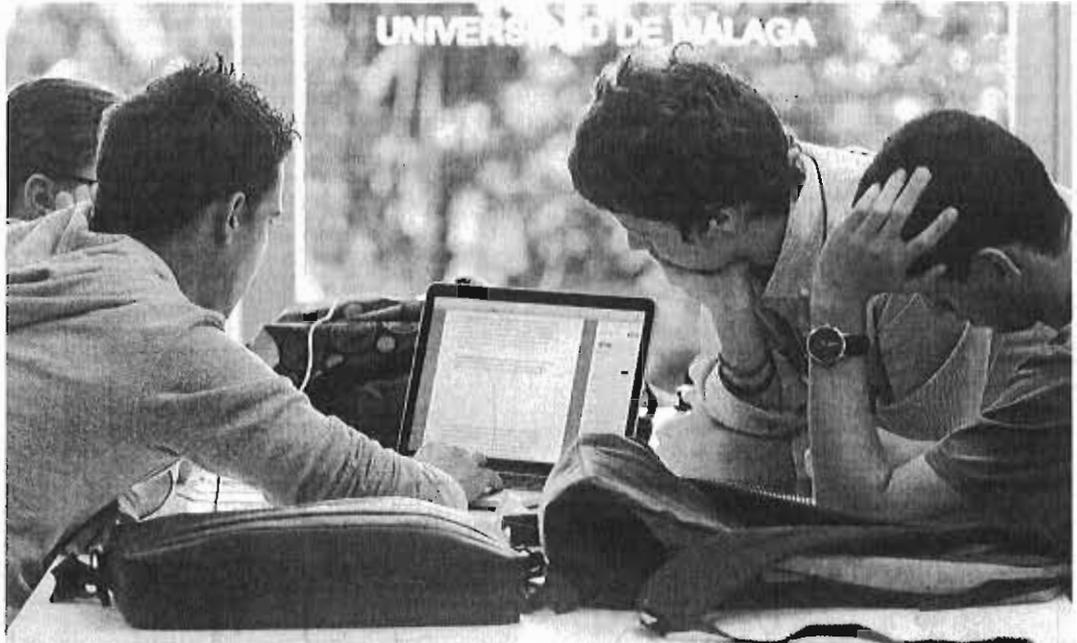
La Universidad de Málaga promueve una iniciativa inédita para que el trabajo con el que los estudiantes concluyen sus estudios proporcionen soluciones reales y prácticas a las empresas. Por el momento hay cerca de 40 empresas interesadas en acoger alumnos para que realicen el proyecto de fin de grado en sus instalaciones, así como 35 carreras que también están dispuestas a ofrecer esta oportunidad. De estas titulaciones, 16 pertenecen al ámbito de las ciencias sociales y jurídicas, 14 son ingenierías, tres son de ciencias, otras tres de ciencias de la salud y dos de humanidades.

Las empresas, instituciones y asociaciones que participen en el programa, denominado Impulso, deben proponer a los alumnos de las diferentes carreras ideas relacionadas con sus necesidades. Posteriormente, los coordinadores de los grados

Los proyectos también pueden ser trasversales para aportar valor añadido a las empresas

se encargarán de revisar y validar las propuestas, al tiempo que se insta a los alumnos que presenten soluciones a esos retos. Finalmente, se asignan los proyectos a los estudiantes que contarán con un tutor universitario, responsable del desarrollo académico del trabajo, así como con un tutor en la empresa que deberá prestar apoyo al alumno en las instalaciones de la compañía o entidad.

Una de las particularidades del programa reside en que no solo se ha previsto que los alumnos acudan a empresas cuya actividad esté directamente relacionada con sus estudios, sino que hay al menos 11 grados que se consideran de carácter transversal, en el sentido de que los estudiantes pueden proporcionar soluciones con mucho valor añadido pese a que su formación no tiene nada que ver con el objeto social de esa sociedad. Por ejemplo, un estudiante de Administración y Dirección de Empresas puede detectar errores en la gestión de una compañía al margen de cuál sea su ac-



Estudiantes en la zona de trabajo común de la Facultad de Económicas.



El vicerrector Víctor Muñoz con investigadoras de su grupo de robótica médica.

tividad, un alumno de Marketing e Investigación de Mercados puede diseñar una campaña de publicidad en cualquier empresa u otro de Periodismo plantear un plan de comunicación personalizado.

El actual plan de estudios universitario ha extendido a todas las titulaciones la obligación de realizar proyectos de fin de grado que antes únicamente hacían los alumnos de las carreras técnicas. Este trabajo se suele

"Hay que dar una vuelta al modelo de transferencia"

El vicerrector de Proyectos Estratégicos de la Universidad de Málaga subraya la necesidad de "dar una vuelta al modelo de transferencia de tecnología" que se sigue en la actualidad, de modo que haya más proximidad entre la sociedad, su tejido empresarial y el conocimiento universitario, y se generen mayores sinergias. "Es necesario crear confianza" entre las partes, precisa Víctor Muñoz. El proyecto Impulso TFG Empresas-Instituciones nace precisamente con ese objetivo. La pretensión de la Universidad es extender esta primera experiencia a los proyectos de fin de máster.

realizar en el último curso y equivale a seis créditos académicos. La tónica general es que el alumno plantee una idea a su director de proyecto, que se encarga de darle forma y supervisar su desarrollo.

El perfil de las empresas que hasta ahora han mostrado interés en acoger a alumnos durante el proyecto de fin de grado se caracteriza por la diversidad. Figuran desde grandes multinacionales afincadas como Telefónica, Oracle o Accenture, a empresas medianas de perfil más tradicional como Sando o spin-off surgidas en el seno de la Universidad de Málaga.

También figuran asociaciones no gubernamentales, algunas de ellas vinculadas a los servicios a discapacitados, e instituciones públicas locales como la Diputación de Málaga, el Puerto, o algunos ayuntamientos.

De las 35 titulaciones universitarias abiertas a colaborar con empresas en esta iniciativa, 17 arrancarán sus proyectos de fin de grado a mediados de noviembre y el resto a partir de enero. En este caso, las compañías y entidades tienen hasta el 15 de noviembre para presentar sus ideas.

El programa implica a los vicerrectores de Proyectos Estratégicos, Grado e Innovación Social, además de las facultades y escuelas a través de sus coordinadores de grados.

La Junta da un ultimátum sobre la tercera depuradora de Málaga

● La Consejería ofrece reducir la capacidad a menos de la mitad o que Emasa financie el resto

Raquel Garrido MÁLAGA

La que sería la tercera depuradora de Málaga capital y, que abarcaría además las aguas residuales de Cártama y Alhaurín el Grande que aún siguen vertiendo sin depurar, sigue sin visos de salir adelante a corto plazo por la falta de acuerdo sobre qué capacidad tendría y cómo se financiaría. Más de diez años después de que se planteara por primera vez, la Junta de Andalucía ha dicho basta y tiene intención de que antes de que acabe el año haya una solución viable para darle salida a un proyecto con o sin la participación del Ayuntamiento de Málaga.

Tras varias reuniones en las que ambas administraciones han demostrado tener posturas muy distintas sobre las necesidades de depuración de la ciudad, la Con-

El Ayuntamiento considera que el proyecto propuesto es insuficiente



Estación depuradora Guadalorce de la capital malagueña.

sejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio ha decidido dar un ultimátum y pide a la capital que se posicione y aclare si está dispuesta a aceptar la idea de reducir la capacidad de tratamiento de depuración de la futura planta a 40.000 metros cúbicos —de los 100.000 inicialmente previstos— financiada íntegramente por la Junta o, en caso de que insista en que debe ser mayor, asuma la diferencia de coste.

El delegado provincial de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, Adolfo Moreno, aclaró que el Gobierno autonómico dispone de 40 millones de euros para esta obra y que se financiarían con cargo al canon del agua, que las empresas de abastecimiento están obligadas a cobrar a sus usuarios en sus facturas desde 2011 para acometer obras hidráulicas. "Si el Ayuntamiento acepta esta idea se podría empezar sin problema", dijo Moreno, que advirtió que "todo lo que sea una dimensión por encima de lo técnicamente calculado no puede entrar en la financiación del canon".

Así las cosas, el responsable de la Junta aseguró que "de forma inminente" se propondrá una

Unas 14 aglomeraciones urbanas aún no depuran

En la provincia de Málaga, según los datos de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, el 92% de la carga generada por las aglomeraciones urbanas de más de 2.000 habitantes tienen instalaciones de depuración. De ese porcentaje, cumplen con la directiva marco de Aguas 30 aglomeraciones, que se denomina a aquellas zonas cuya población y actividades económicas presentan concentración

nueva reunión para tratar de zanjar el asunto y promover además encuentros con el resto de municipios que integrarían la llamada estación de depuración de aguas residuales Norte, especialmente Cártama y Alhaurín el Grande "donde por responsabilidad tenemos que hacerla ya", dijo.

Pero la posición del Consistorio malagueño se mantiene firme sobre la negativa a aceptar una depuradora con esa capacidad, por entender que solamente para descargar la actual del Guadal-

de suficiente para la recogida y conducción de las aguas residuales urbanas a una instalación de tratamiento conjunta. Es decir, alrededor del 83% de los habitantes de la provincia de Málaga ya cuentan con depuración, una cifra similar al porcentaje de la comunidad autónoma, que se sitúa en torno al 85%. Pero aún queda trabajo por hacer porque de las 57 aglomeraciones urbanas, con población equivalente superior a los 2.000 habitantes tienen de-

horce necesitarían derivar a la nueva unos 30.000 metros cúbicos. El concejal de Sostenibilidad Medioambiental, Raúl Jiménez, insistió en que "no aceptaremos una depuradora con una capacidad por debajo de los 70.000 metros cúbicos porque si no se va a depurar de la capital que se haga en otro sitio".

Y es que el Ayuntamiento, que tiene reservada en el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) una parcela de alrededor de 40 hectáreas entre el aeropuerto ma-

puradora 43, por lo que todavía quedan 14 que no disponen de instalaciones. La programación de la Junta de Andalucía para completar algunas de ellas incluye algunas actuaciones de carácter plurianual como las estaciones depuradoras de Teba, Villanueva del Trabuco, Villanueva de Tapia y Cañete la Real, así como la agrupación de vertidos y la planta de municipios como Mollina, Arenas, Benamargosa o Casarabonela.

lagueño y el límite con el municipio de Alhaurín de la Torre para construir esta nueva depuradora, no tiene intención de iniciar la expropiación hasta que no se aclare el diseño de la planta.

Pero aún en el caso de que se pongan de acuerdo, quedaría crear un órgano de gestión supramunicipal para su futura gestión, un trámite que precisamente mantiene paralizado el momento del inicio de la depuradora diseñada conjuntamente para Álora, Cádiz y Pizarra.

Premian a hosteleros y peñas por reciclar vidrio durante la Feria

EP MÁLAGA

Ecovidrio, entidad sin ánimo de lucro encargada de la gestión del reciclado de envases de vidrio, ha recogido con la colaboración del Ayuntamiento de Málaga cerca de 59 toneladas de envases de vidrio por parte de hosteleros y peñas para su posterior reciclaje durante la pasada feria de agosto.

Este "importante" compromiso de los responsables de los establecimientos hosteleros y peñas participantes ha llevado a Ecovidrio a premiar a las entidades que registraron una mayor participación en esta iniciativa, con la distribución de 400 entradas de cine y 18 paquetes de experiencias Smartbox.

La entrega de premios fue presidida por los concejales de Sostenibilidad Medioambiental y Fiestas, Raúl Jiménez y Teresa Porras respectivamente, y por el gerente de zona de la entidad, Jesús Gutiérrez.

El número de casetas que participaron de forma activa en la campaña fue prácticamente mayoritario, al alcanzar 117 de las 120 existentes. Para facilitar el reciclaje de envases de vidrio, Ecovidrio entregó a todos ellos 153 cubos con ruedas y 23 contenedores vinilados.

Luz verde al protocolo para integrar el Guadalmedina

EP MÁLAGA

La junta de gobierno local del Ayuntamiento de Málaga dio luz verde ayer al protocolo de colaboración interadministrativa para la integración urbana del río Guadalmedina consensuado entre el Ayuntamiento de Málaga, la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial, la Subdelegación del Gobierno y la Autoridad Portuaria.

Dichas administraciones vienen promoviendo desde hace años, con el apoyo de la Fundación Ciedes, la integración del río Guadalmedina en la ciudad de Málaga, el estudio de su cuenca y de las posibilidades de usos compatibles con el encauzamiento del tramo final, que sirve de infraestructura de defensa a la ciudad de Málaga.

Cenagrupsa aumenta sus beneficios anuales un 25% y amplía su negocio

La empresa malagueña, que ya vende 2.700 purificadoras de agua al año, introduce una línea de placas solares en su catálogo

EMPRESAS



En Twitter: @Agalmendres

MÁLAGA. Los hermanos Salvador y Jesús García se dedican a la venta de libros, un negocio que fue decayendo hasta que, en 2007, producto del reciclaje empresarial, apostaron por las purificadoras de agua. «Empezamos en las tinieblas», recuerdan. La crisis económica comenzaba a golpear la economía española y la plantilla no llegaba a los cinco trabajadores. Casi una década después, Cenagrupsa cuenta con más de 40 empleados y un aumento anual de beneficios cercano al 25 por ciento. Su empresa distribuye una purificadora bajo el nombre 'purezza', de la que ya venden unas 2.700 unidades al año.

«Hay que reinventarse constantemente», explican desde la compañía malagueña, conscientes de que el cambio de objetivos empresariales resultó fundamental para su despegue. Situada en el polígono Alameda, Cenagrupsa se dedica a la venta de descalcificadores, depuradoras y fuentes para oficinas, centros comerciales y otros espacios comunes, un nicho aún por explotar en la provincia de Málaga. «El agua es potable y sus parámetros están dentro de lo recomendable, pero desgraciadamente tiene mucha cal y cloro», afirman los hermanos García. Su purificadora, aseguran, elimina el 98 por ciento de los componentes nocivos del agua.

Cenagrupsa abrió una nueva línea de mercado el año pasado consistente en las placas solares, pero las purificadoras de 'purezza' continúan siendo el producto más solicitado.

El tamaño de las purificadoras es similar al de la torre de un ordenador y tienen capacidad para siete litros de agua



La plantilla de la empresa, en su sede en el polígono Alameda. :: A. a.

Su tamaño es similar al de la torre de un ordenador y tiene capacidad para siete litros de agua que van rellenándose de forma automática. Puede colocarse un grifo especial o uno de tres vías para distinguir el agua caliente, fría y pura. Los cinco filtros de la purificadora, que suele colocarse debajo del fregadero, eliminan los componentes menos saludables del agua corriente.

Sistema de pago

El precio de estas purificadoras asciende a 1221 euros, abonados mediante cuotas sin intereses de 37 euros al mes durante 33 meses. Desde la empresa explican este sistema de pago: «Los estudios actuales señalan que cada familia gasta unos 52 euros al mes en agua embotellada, por lo que las cuotas están pensadas para que se ahorren quinientos euros al mes durante el pago de la purificadora, cuya instalación es gratuita». La empresa malagueña también cuenta con un servicio técnico sin coste por mano de obra o desplazamiento.

El purificador, creado para la firma malagueña por Hidrosalud, líder europeo del tratamiento de aguas, incorpora a la osmosis inversa, como se denomina el paso del líquido a través de una membrana semipermeable, la más alta tecnología. Esta osmosis inversa consigue que la mineralización del agua alcan-

ce los niveles recomendados y la eliminación de impurezas como sodio, aluminio o cobre. El proceso de instalación de los productos de 'purezza' consiste en la búsqueda la toma de desague bajo

el fregadero, o cerca del mismo en el caso de que bajo el fregadero no haya espacio suficiente y el acople de la depuradora a la entrada y a la salida del agua. Las máquinas requieren un manteni-

miento específico para garantizar su funcionamiento, siempre teniendo en cuenta dos factores: el uso que se le dé a la máquina y la calidad del agua de la zona. La depuradora avisa de cualquier fuga que pueda producirse.

En cuanto a la introducción de una línea solar en el catálogo de la empresa, Cenagrupsa ofrece captadores solares planos con absorbente de aluminio, intercambiadores horizontales térmicamente aislados y tuberías de interconexión de acero inoxidable.

La empresa andaluza no ha parado de crecer pese a su fundación en plena crisis. En 2012 los hermanos García cambiaron de sede ante el aumento de la plantilla, que entonces ya superaba los veinte empleados. En el polígono Alameda, donde ofrecen venta directa, ya han logrado duplicar esa cifra. De momento, la firma malagueña no se plantea abandonar la venta doméstica para lanzarse al sector industrial. Desde la empresa recuerdan que sus técnicos tienen el certificado de Agua España para la manipulación de equipos domésticos y tratamiento de agua en el interior de edificio, así como de manipulación de agua de consumo humano.

Andalucía TECH y SANDO lanzan un programa de movilidad internacional para estudiantes

:: SUR

MÁLAGA. Las universidades de Sevilla y Málaga han suscrito un convenio de colaboración con la Fundación SANDO que prevé una dotación de cuatro becas, dos para cada institución académica, para la movilidad internacional de estudiantes.

Los beneficiarios podrán disfrutar de una beca de formación en la Universidad Abdelmalek Essaadi de Marruecos durante seis meses. En este periodo, los estudiantes compaginarán las clases con prácticas profesionales durante tres meses en una empresa del grupo SANDO

dedicada a la gestión de residuos urbanos con sede en Tánger. A la convocatoria pueden concurrir alumnos que cursen estudios de grado y máster relacionados con Física, Química, Arquitectura, Ingeniería de los Materiales o Ciencias Ambientales, entre otras.

Impulsando Pymes reúne a grandes empresas con las pymes y startups

:: SUR

MÁLAGA. María del Mar Martín Rojo, teniente de alcalde del Ayuntamiento de Málaga y delegada del Área de Gobierno para la Reactivación Económica, la Promoción Empresarial y el Fomento del Empleo, presidió el pasado miércoles la apertura, en el Edificio Servicios Múltiples Municipales de Málaga la novena jornada del Movimiento Impulsando Pymes 2016, promovido por 21 grandes compañías nacionales e internacionales, que recorrerá este año 12 comunidades autónomas.

En su intervención, Martín Rojo destacó la labor de los empresarios como generadores de riqueza y su papel clave en la reactivación económica de nuestro país y destacó el atractivo de Málaga para empresas de todos los sectores y tamaños. En otro momento de su intervención indicó que las administraciones deben facilitar la creación de un entorno económico y social estable que permita retener el talento local y atraer el talento de fuera.

Ebury impulsará en Málaga desarrolladores del lenguaje Python

:: SUR

MÁLAGA. Ebury, la institución especializada en pagos internacionales e intercambio de divisas, con sede tecnológica en Málaga, se ha propuesto impulsar en la ciudad una comunidad de desarrolladores del lenguaje informático Python con el fin de favorecer la empleabilidad de los nuevos profesionales que acceden al sector.

Con este fin, la compañía ha decidido patrocinar el congreso PyConES 2016, el foro más importante que se celebra en España de la comunidad de desarrolladores de este lenguaje de programación, que reúne hasta hoy domingo en la Universidad de Almería a más de medio millar de profesionales de las nuevas tecnologías procedentes de España y del resto de Europa. Asimismo, Ebury está potenciando en Málaga el desarrollo de acciones de divulgación a través de redes sociales y la organización de encuentros de carácter didáctico en los que pone en común sus experiencias con este lenguaje.

«Cuando los congresos se celebran en Málaga aumentan un 15 o un 20% los participantes»

Francisco Quereda Director del Convention Bureau de Málaga

El responsable de captar congresos para Málaga relata los cambios que ha experimentado la ciudad en la década prodigiosa del turismo

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Francisco Quereda ha cumplido diez años al frente del Convention Bureau de Málaga, organismo municipal encargado de captar eventos y congresos para la capital malagueña. Una década prodigiosa, pese a coincidir con la larga crisis económica, en la que se ha pasado de tener que convencer a las asociaciones de que Málaga era un buen destino para llevar a cabo estos eventos a estar presente en la mayoría de las ternas en las que estas deciden organizar sus encuentros anuales, codo con codo con Madrid y Barcelona, siendo el tercer o cuarto destino nacional en congresos y eventos. El crecimiento ha sido vertiginoso, pero sostenido en el tiempo y al compás del aumento de una oferta hotelera que ya se queda corta. «Málaga necesita un hotel de cuatro estrellas superior o cinco con un mínimo de 400 habitaciones para que no se sigan escapando grandes convenciones», advierte Quereda, que preside también el capítulo Ibérico de la ICCA, Asociación Internacional de Congresos y Eventos.

¿No se si lleva con tantos los kilómetros recorridos en estos diez años para captar congresos para Málaga?

-Los kilómetros no tanto, pero seguro que más de mil vuelos he cogido en los más de veinte años de trabajo en este sector. Es nuestro día a día. Hay que ir a buscar al cliente. Han sido muchos los viajes, pero muy satisfeco con los resultados. Hace diez años en Málaga se celebraban cien congresos con unos 30.000 asistentes. Este año, que será de récord, daremos el salto a romper la barrera de los 200 encuentros y los 100.000 congresistas, aunque la recolección de datos es muy complicada porque los eventos que se celebran en el palacio suponen un 40% del total, el resto son en hoteles que no siempre aportan cifras. 2016 será un año histórico con diferencia.

-Está claro que en estos diez años han cambiado muchas las cosas en turismo en la ciudad...

-Y tanto. Ha coincido con la llamada década prodigiosa, en la que Málaga se ha situado en el mapa turístico, tras una profunda transformación en todos los niveles.

¿Cómo vendían Málaga como sede de congresos diez años atrás?

-Lo más complicado era cambiar la percepción que las asociaciones y colectivos profesionales tenían de Málaga. O bien se les vendía la Costa del Sol o no la concebían



Francisco Quereda repasa la década al frente del Convention Bureau. :: SALVADOR SALAS

como un destino turístico en sí. O lo peor, quienes la conocían insistían en que no era una ciudad con recursos hoteleros ni con atractivos como para reunir un evento. Es que hace diez o quince años, las agencias de viajes ofrecían como excursión a Málaga una visita a la Catedral y a la plaza de toros. No había más. Es que ni recomendaban esta visita. Y ahora hemos pasado a que el New York Times nos haya dedicado ya este año tres reportajes. Por tanto, fue más complicado cambiar esa percepción entre los profesionales, a los que había que insistir en que ya se contaba con el Palacio de Congresos, con la conexión de AVE con Madrid, cierta planta hotelera, con inauguraciones, como la del hotel Molina Laríos o la del Barceló. Pero no era suficiente para captar un congreso, una convención o un incentivo. Se necesitaban más herramientas. Optamos por la estrategia de traer hasta aquí reuniones de las tres grandes asociaciones internacionales de eventos como es ICCA, International Congress and Convention Association; Meeting Professionals International (MPI), y la Sociedad de Incentivos y Viajes de Ejecutivos de Estados Unidos, así como la Asociación Europea y nacional de Organizadores de Congresos.

¿Así consiguieron mostrar el destino a quienes mueven los hilos de

«La ciudad necesita un hotel de más de 400 habitaciones para no perder convenciones»

esta industria y convertirlos en prescriptores...

-Imagine la repercusión de que la MPI, que por entonces tenía 20.000 asociados en todo el mundo, celebró su congreso europeo en Málaga. No sólo es que vienen los 400 directivos y delegados de MPI, sino el efecto reclamo que tiene que una asociación de este nivel elija la ciudad. Durante tres años seguidos conseguimos que estos tres entes claves en la industria celebraran aquí eventos. Todo ello nos ayudó a posicionar más rápidamente el destino.

-Y a partir de ahí, ¿qué otras estrategias han sido claves en este desarrollo?

-Para nosotros es un objetivo principal organizar viajes de agentes y de profesionales de los diferentes mercados para que conozcan 'in situ' el potencial de la capital para organizar eventos. No sólo la oferta del palacio de congresos o la hotelera, sino los más de 30 espacios con que cuenta ya Málaga para organizar

eventos, cenas o almuerzos en lugares muy singulares. Estos viajes de familiarización son un triunfo.

¿Cuántos viajes de este tipo organizan al año?

-Solemos hacer uno en cada uno de los mercados que consideramos de interés. Estamos entre unos doce o catorce, que supone que visiten la ciudad un centenar o 150 personas.

¿Y se ha conseguido cambiar esa percepción inicial del destino?

-Y tanto. Antes teníamos que ir de puerta en puerta para decir quiénes éramos y dónde estábamos y qué ventajas tenía Málaga. Ahora es al revés, no hay congreso internacional importante que, si tiene que valorar entre tres o cuatro ciudades españolas, no esté Málaga en esa terna. Está considerada entre las cuatro ciudades más importantes. El objetivo es consolidar la tercera posición, tras Madrid y Barcelona. Además, la ciudad ha entrado en los circuitos que se plantean algunas compañías de contar con un máximo de cinco ciudades en las que rotar sus reuniones anuales. Ha pasado con el congreso de Medicina Estética, que rotaba entre Madrid y Barcelona, y desde hace cuatro años se celebra en Málaga siempre. Esto no es habitual.

¿Qué atractivo especial han encontrado en la ciudad?

-Bueno, aparte de la comodidad de

la logística es curioso, y se ha convertido en un aval importante, que cuando se celebra un congreso en Málaga la organización ve incrementada la asistencia de congresistas entre un 15 y un 20%. Este es uno de los datos que cuando proponemos una candidatura es un hecho que podemos de relevancia.

¿Cuántas candidaturas para ser sede de congresos tiene presentadas la ciudad?

-Manteneimos vivas unas 200, porque algunas se pierden pero nosotros insistimos.

¿Hacia dónde hay que avanzar?

-En el tema de congresos el gran reto es consolidar las cifras actuales. A veces es más difícil mantenerse que llegar. Málaga está de moda y el efecto cultural también beneficia a la captación de congresos. La aspiración es que seamos la tercera ciudad de España en congresos, que ya es posible que estemos en esa posición, porque los problemas de falta de datos sobre el sector es también a nivel nacional. Tenemos que avanzar en conseguir más congresos internacionales, para lo que contamos con la ventaja de contar con el tercer aeropuerto de la Península. También en captar eventos con mayor volumen de asistentes.

¿Qué necesita la capital para consolidar esta tercera posición?

-Tenemos que contar con más plazas hoteleras, pero, sobre todo, con un hotel de cuatro estrellas superior

o de cinco estrellas con un mínimo de 400 habitaciones, porque ahora mismo se nos están escapando convenciones que exigen que todos los asistentes estén en el mismo establecimiento. Y aún no podemos dar respuesta a ello. Tenemos un par de hoteles con 220, pero incluso el futuro hotel del Puerto, con 350, se queda corto. Ahora se van a Marbella o a otros destinos. Ese nicho de convenciones de 200 personas que precisan de un solo hotel para alojarse, Málaga no lo tiene.

¿Llegada a esta situación, ¿cuál cree que ha sido la clave del éxito?

-Creo que ha sido fundamental que el crecimiento haya sido paulatino, al compás de la demanda y la oferta, y por la configuración de una ciudad en la que tampoco hay tantas parcelas para construir hoteles. También ha contribuido que la década prodigiosa ha coincidido con la crisis, y quizá hay sido hasta positivo. Los congresos son una de las principales canteras de turistas para la ciudad y han sido gran parte del éxito turístico de Málaga.

¿Cómo vislumbra el horizonte?

-2017 se está poniendo ya a la altura del presente ejercicio con el tirón de las convenciones. El futuro es optimista, con congresos en cartera de 4.000 asistentes. El de mayor afluencia, el de Medicina Familiar, celebrado en la ciudad en 2013 reunió a 5.500 participantes.

«El Cartojal era un vino que hicimos para venderlo fuera»

Pilar de Burgos. Propietaria de Málaga Virgen



Pilar Burgos y Didier Bricourt, en la bodega de Fuente de Piedra, en la finca Vista Hermosa. SUR

JOSÉ VICENTE
ASTORGA

javastorga@diariosur.es

El vino de la feria desde hace 20 años dio el gran impulso local a la mayor bodega de Málaga, un negocio familiar de cuatro generaciones

MÁLAGA. La vendimia de casi tres meses toca a su fin en unas condiciones de calor poco habituales. La finca Vista Hermosa hace honor a su nombre, pero el adjetivo lo pierde por los baches del acceso terrizo del carril de servicio de la A-92. «Para fomentar el enoturismo tendremos que hacer mejoras», comenta Didier Bricourt, gerente de la empresa, experto en marketing, un belga expansivo y marido de Pilar.

—¿Qué recuerdos infantiles tiene de la vendimia?

—Cuando era pequeña me gustaba revolcarme en las montañas de masa de hollejos de las uvas, que están superpringosos. Me encantaba subir la montaña de los racimos molidos y cómo terminábamos... y la bronca que nos ganábamos.

—¿Dónde estaba ese antiguo lagar?

—Estaba en Córdoba, porque los López son de Málaga y los Burgos de Córdoba, de Moriles. Allí era todo más pequeño. La bodega de Málaga era más industrial, y los niños no aparecíamos por allí.

—¿Pensó alguna vez que su futuro profesional estaría en el mundo del vino?

—Pues sí. Acabando Empresariales, después de haber hecho tres años de Biología, empecé a trabajar con mi padre en dos distribuidoras que teníamos, una en Madrid y otra en Barcelona. Además de los nuestros, vendíamos vinos de otros.

—Era cuando se vendía más calidad que cantidad. El vino no siempre vivió este momento dulce.

—Sí, y había muchas menos bodegas que hay ahora. Ahora tenemos muy buenos vinos. Antes no se cambiaba de marca.

—Se supone que hay más cultura de vino, pero una gran mayoría no sale del Rioja o Ribera al pedir un vino.

—Hay mucho por hacer, pero hay muchos para dar un vuelco. El consumidor quiere calidad y precio, calidad a buen precio. Quizás en Málaga falte educación pero es un proceso lento. —Casi nadie dice póngame un 'Percales'.

—Ya lo están diciendo. Pero la gente cuando quiere probar un vino dulce en el norte de España nos pide un Málaga Virgen. Ahí ganamos nosotros. Eso nos ha costado mucho dinero. El vino en realidad cambió el nombre a la bodega, y fueron nuestros comerciales los que nos abrieron los ojos hace diez o doce años. Un comercial pedía una cita en una gran superficie, en Galicia, de López Hermanos?, le preguntaban no enterándose qué le ofrecían... Tenías que decir de Málaga Virgen, que era lo que se vendía. Y entonces la cosa cambiaba.

—¿Es un nombre comercial por el que tuvieron que pagar derechos?

-La marca Málaga Virgen está registrada por nosotros desde los años 20, una década antes de que existiera la Denominación de Origen, que es del 33. Es algo curioso.

-Es casi marca España desde entonces, como los vinos de Jerez.

-Sí, pero el vino de Málaga tuvo y sigue teniendo un cliente más cercano que el Jerez, más anglosajón. Después de la Segunda Guerra Mundial sufrió mucho el negocio. Media Alemania y la Europa del Este se quedaban fuera de nuestro mercado.

-¿Qué hizo la familia?

-En los años 60 miramos a América. Se hicieron campañas publicitarias espectaculares. Fue el 'boom' de la bodega. Se publicaban pocos vinos y hacíamos publicidad, no había limitación de grados. En aquellos tiempos dábamos vino a los niños, Kina San Clemente. Eran otros tiempos.

-¿Usted también lo tomaba?

-Sí, un poco. Era algo normal, como el pan.

-Su venta será ahora anecdótica -No. Tiene un mercado muy importante. Donde más se vende es en Cataluña y Levante. Lo toma la gente mayor, también. Todo te circula mejor. Tiene un mercado interesante. Lo toma la gente mayor.

-¿Por qué Málaga es una ciudad donde no se 'respira' ni se palpa una ciudad histórica en el vino? -Los políticos no lo han visto como un producto que dé valor añadido. Un cóctel en las inauguraciones no entiendo que se haga con vinos de fuera. Uno de los sitios donde me

LAS FRASES

«Cuando era pequeña me revolcaba en las montañas de masa de hollejos de las uvas»

«Fueron los comerciales los que nos abrieron los ojos para llamar Málaga Virgen a la bodega»

«Perdemos al año 250.000 euros por culpa de los conejos. Es lo evaluado por una empresa»

«En Cataluña y Levante es donde más se vende Kina San Clemente. Lo consume mucha gente mayor»

«Dentro de nuestra gama de vinos, el Cartojal es el más complicado de elaborar»

«La gente dice que el Cartojal produce resaca... Claro, si te bebes tres botellas»

en la feria había que beber algo de aquí, como en otras ciudades.

-¿Cuánto Cartojal venden?

-Se vende en dos semanas. Son más de 250.000 litros. Cada vez tenemos más ciudades que quieren Cartojal para sus ferias de día. Fíjese si estamos locos que estamos pensando en hacer el pueblo del vino.

-¿Que sería, como el pueblo Pitufo del vino?

-(Jajaja) Podría ser muy divertido.

-Cuando su padre, Juan Ignacio, tomó la decisión de comprar al resto de familiares su participación en la bodega, ¿qué proyecto le rondaba?

-Él ya estaba muy enfermo. Y este proyecto de la nueva bodega, -me dijo- lo hacemos si tú Pituca me acompañas; si no, no lo hago. Al final, después de llevar bodegas muy importantes de toda España él quería tener su propia bodega. Estoy contigo, vamos adelante, le dije. Si no hubiera sido así, hubiéramos vendido la bodega.

-¿Qué le dicen en las escuelas de negocios?

-No solemos ir. Cuarta generación, nos dicen. ¡Qué mérito! Y qué sufrimiento, les digo. Cada generación implica ruptura familiar. Espero que lleguemos a la quinta, con nuestros hijos Lucas y Claudia.

-Los vinos con alcohol añadido tienen una regulación muy estricta. ¿La cambiarían?

-Nos viene dictada por Bruselas. Tanta regulación corta la creatividad. Cualquier reglamentación provincial, del regulador nacional o internacional va por detrás de la de

manda del consumidor. Nosotros podríamos vender mucho más en este país si se autorizaran menos grados.

Un Málaga Virgen de 14º en vez de los 15º a los que me obligan va a estar igual de bueno. Un grado más supone un gran sobrecoste. Hay un exceso de reglamentación y también un problema de falta de viñedo. En Manilva se ha arrancado, en la Axarquía va para atrás.

-¿Cuántas hectáreas cultivan?

-Son 120, pero también compramos uva a otros productores un volumen de cosecha equivalente. Llegamos tres años de sequía. El agua aquí tiene sal, pero tenemos además la invasión de conejos. Por culpa de ellos perdemos al año unos 250.000 euros y este año otro tanto. No lo digo yo. Los daños los ha peritado una empresa externa. Quien tiene que controlar esto no lo ha hecho. Cuando hace mucho calor se comen hasta la uva. Se ponen de pie y ñañan. Ahora nos hemos segregado del coto para poder combahtilos.

-¿De qué forma?

-Con dos escopetas y tres hurones. Lo que nos ha permitido Medio Ambiente. Una coneja da treinta conejos al año, desde el tercer mes.

-¿Cómo afrontar el futuro?

-Queremos plantar todos los terrenos próximos. Ya el año pasado queríamos haberlo hecho, en enero, pero estábamos a la espera de saber qué hacer con los conejos. Hemos perdido las plantas que se han comido, unas 25 hectáreas. Hay cosas que no entiendo, como que se autorce a cazar zorros cuando es el principal depredador de los conejos.

nos Málaga Virgen vendemos precisamente en Málaga.

-Y el fenómeno Cartojal, una estrategia ganadora y un vino con más detractores que defensores.

-Hace poco tuvimos una visita de restauradores, y todos tenían una imagen preconcebida del Cartojal.

En un catavinos, a temperatura ambiente, es muy bueno. No es esa imagen de la feria. Es un vino bueno, muy bueno. Y creo que es de los más complicados de elaborar.

-¿Se tiene que parar su fermentación para conseguirlo?

-Sí. Todo para que tenga ese sabor, esos aromas... Y conservarlos. Tenga en cuenta que la vendimia del Cartojal de la próxima fena se acaba de hacer y estará para marzo. Lo primero para el éxito es tener un buen producto. La gente dice que la

produce resaca... Claro, si te bebes tres botellas. No lo podemos beber como si fuera cerveza. Nadie se toma tres botellas de tinto sin apenas comer.

-¿Y la botella de plástico?

-Es casi una imposición administrativa, pero da más seguridad. Antes había muchos problemas en las cavales con cristales rotos. Es muy bonito que la gente joven se tome un vino. ¿No queremos educar a nuestros hijos a beber? Cartojal es un vino que lo ha decidido el público.

-¿Cuánto tiempo lleva como el vino de la feria de Málaga?

-Hará unos 20 años. Fíjese que empezó como un vino pensado para venderlo a una cadena extranjera. Se metió en la feria, gustó y fue a más cada año, pero yo todo el mérito se lo doy a mi padre. Decidió que

ECONOMÍA / POLÍTICA

España cae al decimocuarto puesto en el ránking económico del mundo

PIERDE 6 POSICIONES EN MENOS DE UNA DÉCADA Las nuevas previsiones del FMI empeoran la situación de España en la clasificación económica mundial, pues finalmente no logrará adelantar a Rusia y Australia.

Estela S.Mazo, Madrid

El sueño de jugar en la *Champions League* económica está cada vez más lejos. España, que llegó a colocarse como la octava potencia mundial antes de la crisis, se sitúa ahora en el decimocuarto puesto, lo que supone una caída de seis posiciones, según los cálculos realizados por EXPANSIÓN a partir de las nuevas previsiones del Fondo Monetario Internacional (FMI). Unos pronósticos que reflejan los duros efectos de la peor recesión de la historia reciente de España, que no logra remontar en la gran clasificación de riqueza pese a ser una de las potencias avanzadas que más ha crecido durante el último año.

En concreto, los datos muestran que España fue la octava economía en 2007, al igual que había sucedido en 2003 y en 2004. En los años intermedios y en los inmediatamente anteriores y posteriores a esos ejercicios se despidió de esa cima, pero sin perder demasiado brillo: hasta 2009, España logró siempre mantenerse dentro del *top ten* mundial. Fue a partir de 2010 cuando comenzó el verdadero declive, con ese descenso progresivo que la dejará hasta al menos 2021 en la decimocuarta posición.

Esta nueva clasificación supone un notable deterioro respecto a lo que sucedía hace sólo medio año, pues en primavera las previsiones del FMI eran más generosas con España. Entonces, el organismo esperaba que el país, con un PIB de 1,252 billones de

EL RÁNKGING ECONÓMICO MUNDIAL

■ PIB, EN MILES DE MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES

	2015		2016		2017	
1	Estados Unidos	18.036,7	Estados Unidos	18.561,9	Estados Unidos	19.377,2
2	China	11.181,6	China	11.391,6	China	12.361,7
3	Japón	4.124,2	Japón	4.730,3	Japón	5.106,3
4	Alemania	3.365,3	Alemania	3.494,9	Alemania	3.618,6
5	Reino Unido	2.858,5	Reino Unido	2.649,9	Reino Unido	2.609,9
6	Francia	2.420,2	Francia	2.488,3	Francia	2.570
7	India	2.073	India	2.251	India	2.457,7
8	Italia	1.815,8	Italia	1.852,5	Brasil	1.953,9
9	Brasil	1.772,6	Brasil	1.769,6	Italia	1.895,3
10	Canadá	1.550,5	Canadá	1.532,3	Canadá	1.627,3
11	Corea	1.377,9	Corea	1.494,4	Corea	1.521
12	Rusia	1.326	Rusia	1.261,8	Rusia	1.442,4
13	Australia	1.225,3	Australia	1.256,6	Australia	1.343,6
14	España	1.199,7	España	1.252,2	España	1.303
15	México	1.143,8	México	1.063,6	México	1.124,3
16	Indonesia	859,0	Indonesia	941	Indonesia	1.014,9

■ PIB, EN MILES DE MILLONES DE DÓLARES, EN PARIDAD DE COMPRA

	2015		2016		2017	
1	China	19.695,7	China	21.269	China	23.066,1
2	Estados Unidos	18.036,7	Estados Unidos	18.561,9	Estados Unidos	19.377,2
3	India	7.998,3	India	8.720,5	India	9.585,4
4	Japón	4.843,3	Japón	4.931,9	Japón	5.066,1
5	Alemania	3.860,1	Alemania	3.979,1	Alemania	4.122,4
6	Rusia	3.724,9	Rusia	3.745,1	Rusia	3.866,3
7	Brasil	3.198,9	Brasil	3.134,9	Indonesia	3.256,7
8	Indonesia	2.848	Indonesia	3.027,8	Brasil	3.218
9	Reino Unido	2.702	Reino Unido	2.787,7	Reino Unido	2.877,5
10	Francia	2.665,9	Francia	2.736,7	Francia	2.833,2
11	México	2.230,1	México	2.306,7	México	2.410,9
12	Italia	2.175,3	Italia	2.220,6	Italia	2.289,6
13	Corea	1.853,2	Corea	1.928,6	Corea	2.029,9
14	Arabia Saudí	1.688,6	Arabia Saudí	1.731,2	Arabia Saudí	1.803,4
15	Canadá	1.633,7	España	1.689,7	España	1.763,4
16	España	1.618,4	Canadá	1.674,3	Turquía	1.756,5

Fuente: Elaboración propia con datos del FMI

CAMBIOS

Brasil es la 8^o economía tras adelantar a Italia

Los datos del Fondo Monetario Internacional dejan dos importantes novedades en los primeros puestos. En la medición en función del PIB en dólares corrientes, Brasil logrará adelantar a Italia para colocarse como la octava economía del mundo en el año 2017. Entonces, el PIB brasileño sumará 1,954 billones de dólares, frente a los 1,895 billones del italiano. Junto a España, el país transalpino es otra de las potencias que más influencia ha perdido en el ránking mundial. En la clasificación en función del PIB en paridad de poder de compra se confirma el cambio en el primer puesto de la lista que ya se produjo en 2014: China es la primera potencia mundial. Adelantó así a Estados Unidos, que lideraba la clasificación desde 1872. Tras producirse el relevo, el titán asiático ha ido ampliando las distancias respecto a EEUU, según los datos del FMI, que cifra el PIB de China en 2016 en 21.269 billones de dólares, frente a los 18.562 billones de la economía norteamericana.

Con este baremo, España, con un PIB de 1,689 billones de dólares, también muestra una pérdida progresiva de influencia, pues pasa del duodécimo puesto previo a la crisis al decimoquinto. Aunque no todo son malas noticias, pues en esta lista España adelanta este año a Canadá, con lo que mejora una posición respecto a 2015, cuando era el decimosexto.

Hasta 2009, España consiguió quedarse dentro del 'top ten' mundial; el declive empezó en 2010

dólares, abandonase la decimocuarto posición para escalar dos puestos, hasta el duodécimo, adelantando a Rusia y Australia. Pero, según los nuevos pronósticos, ese sorpasso finalmente no será posible, con lo que esas dos potencias quedarán por delante de España a largo plazo. Así, Rusia es la duodécima economía y Australia, la decimotercera.

En 2007, la situación era muy distinta. España, desde su octava posición, rebasaba a esos dos países y también estaba por encima de India (que ahora es séptima en el ránking), Brasil (hoy novena), Canadá (décima) o Corea (undécima). Esta clasificación es la realizada en función del PIB en dólares corrientes, que es popular en diversos análisis económicos y la empleada en la arena política. Es, en concreto, la que usaba el Ejecutivo cuando proclamaba la entrada de España en la *Champions League* económica en 2007.

Sin embargo, esta medición no es la más rigurosa, dadas las distorsiones generadas por los distintos niveles de precios de cada potencia. Para filtrar ese efecto, se usa el cálculo en paridad de poder de compra, menos sensible a las variaciones de los tipos de cambio.

Opinión

LUZ AL FINAL DEL TÚNEL



Amador G. Ayora

Director de elEconomista
director@economista.es
https://twitter.com/AmadorAyora
@AmadorAyora

El sábado pasado comenzamos a ver la luz al final del largo túnel de negociaciones para formar Gobierno después de la dimisión del ex secretario general de los socialistas, **Pedro Sánchez**. Este jueves, **Mariano Rajoy** confirmó su disposición a ir a la investidura sin "poner condiciones" al PSOE. A cambio, la gestora presidida por **Javier Fernández** debería recomendar la abstención a los diputados socialistas.

Se pone así fin a la turbulenta etapa de **Sánchez**, que tenía preordenado un acuerdo con **Puigdemont** para ser presidente, aunque fuera sólo durante cinco minutos. El PSOE hubiera corrido el mismo destino que **CiU** en manos de **Artur Mas**. Los socialistas habrán ganado una batalla si evitan unas terceras elecciones, pero no la guerra.

Queda acertar con la designación de un líder, que zanje la profunda división entre los militantes. El exministro de Educación y Cultura, **Ángel Gabilondo**, es quien más consenso suscita en estos momentos, ante la improbabilidad de que **Susana Díaz** se decida a dejar la Junta de Andalucía.

Rajoy demostrará que es un político con sentido de Estado si impulsa un Gobierno en precario, desoyendo las voces de los cachorros del PP, que abogaban por celebrar nuevos comicios, ante las buenas sensaciones de los sondeos electorales. "España necesita un Gobierno urgentemente para consolidar la recuperación y continuar la creación de empleo", defendió el presidente con buen criterio.

Luego vendrá negociar con el PSOE y Ciudadanos los Presupuestos, fijar el techo de gasto y echar a rodar de nuevo la locomotora. Al parecer, hay tres ministros que ya han recibido el placet de Rajoy para seguir: los titulares de Empleo, **Fátima Báñez**; Fomento, **Rafael Catalá**, y Educación, **Íñigo Méndez de Vigo**.

La ministra de Empleo demostró un gran arrojo al aprobar la reforma laboral, que permitió reanudar la creación de millares de empleos. Este verano quitó a hurtadillas a los agentes sociales el poder sobre los cursos de formación, que tantas corruptelas generaron. Báñez tendrá que renegociar algunos aspectos de la reforma laboral que están siendo anulados por los jueces y adaptar a la legislación española la sentencia del Tribunal Superior de Justicia Europeo, que pone límite al encadenamiento de los contratos en la Administración.

Fomento es uno de los dinamizadores de la economía gracias al impulso de la obra pública. En estos momentos, hay varios tramos en construcción de los AVE a Galicia, Granada ó Levante paralizados por culpa de los

modificados en las contrataciones. Asimismo, los atascos en varios puntos del Corredor Mediterráneo son causa de protesta permanente por parte de los gobiernos catalán y valenciano frente a Madrid.

Gran parte del problema reside en los contratos temerarios con descuentos superiores al 50 por ciento otorgados por el presidente de Adif, **Gonzalo Ferré**. Las constructoras se topan con la ley, que prohíbe modificaciones superiores al diez por ciento de la adjudicación, cuando reclaman mayores sumas para ejecutar las obras.

El caso más polémico lo protagoniza Dragados, del grupo presidido por **Florentino Pérez**, que mantiene paralizado el AVE a Granada desde hace un año porque se adjudicó la reparación de la vía a un precio del 40 por ciento inferior a su coste para mantener empleada a su plantilla andaluza.

Adif cambió hace unos meses a su director general **Javier Gallego** por **Isabel Pardo** para agilizar la resolución de conflictos. Pero urge dar un impulso definitivo. La merma de las transferencias de Hacienda a las autonomías por falta de Gobierno ha dejado, asimismo, casi en dique seco las concesiones de carreteras, como denuncia Seopan.

También hay que reformar la financiación autonómica lo antes posible. Esta semana, el

presidente de la Generalitat Valenciana, **Ximo Puig**, reunió en Madrid a los altos representantes de todos los ámbitos de su comunidad autónoma para presentar un manifiesto con datos primarios sobre la deficiente financiación frente a otras regiones. El documento provocó el enfado del secretario de Estado de Presupuestos, **Antonio Boteta**, que ni siquiera se dignó en enviar a un representante.

El incoloro del futuro Gabinete está en el área económica. El titular de la cartera de Hacienda, **Cristóbal Montoro**, hace méritos para mantenerse en el cargo. El aumento del pago fraccionado del Impuesto de Sociedades hasta 23 por ciento golpeará la inversión empresarial, pero permitirá cumplir con el déficit del 4,6 por ciento pactado con Bruselas, por primera vez en la última legislatura.

Hasta el presidente de la Autoridad Fiscal Independiente (AIRef), **José Luis Escrivá**, con quien libra importantes disputas, lo reconocen en una nota de prensa esta semana. Una gesta de paz ante la posible continuidad del ministro. El titular de Hacienda hace un buen tandem con la de Empleo, un elemento clave para abordar la reforma de la Seguridad Social. El entendimiento de Fátima con Montoro juega a favor de su renovación.

Por su parte, el ministro de Economía, **Luis de Guindos**, ya manifestó su deseo de dejar el Gobierno. Sólo la oferta de la vicepresidencia económica le haría cambiar de opinión. Una decisión comprometida para Rajoy, ya que le enfrentaría a Montoro. Otro indicio de que Guindos se quiere marchar es que la semana pasada puso en marcha la fusión de Bankia con BMN. El presidente de Bankia, **José Ignacio Goirigolzarri**, lo acogió con desgana. Con su habitual discreción, esta semana dijo que "hay que cchar los números", una manera de decir que no está dispuesto a ejecutarlo a cualquier precio, como pasó en la absorción de Banca por Caja Madrid.

La cartera de Economía tiene muchos aspirantes. Entre ellos, dos pesos pesados, como el presidente de la Oficina de Moneda, **Álvaro Nadal**, y el ministro de Exteriores, **José Manuel García Margallo**. El perfil del puesto es el de una persona con experiencia diplomática, que se mueva como pez en el agua

Guindos quiso dejar atada la fusión de BMN con Bankia antes de irse, pese a la desgana de 'Goiri'

por los pasillos de Comisión Europea, para defender asuntos de vital importancia para España, como la reciente amenaza de sanción por incumplimiento del déficit. Ello incluía la balanza del lado de Margallo, que fue eurodiputado.

Nadal puede optar a otros destinos sabrosos, como Industria, donde su hermano **Alberto Nadal** ha logrado dar al sector energético la vuelta como un calcetín para acabar con su déficit, a petición suya.

El tercer ministro con el que Rajoy quiere seguir contando es **Íñigo Méndez de Vigo**. Aunque en esta ocasión sería para la cartera de Exteriores, donde ejerció como secretario de Estado de Asuntos Europeos en la última legislatura. También se da por hecha la continuidad de **Isabel García Tejerina**, después de desarrollar una ejemplar labor en Agricultura, aunque probablemente en un sitio de mayor enjundia.

La expresión "ver luz al final del túnel" suele utilizarse cuando se vislumbra la solución de un problema. Sin embargo, hay que estar prevenidos, porque también puede tratarse de un tren que viene de frente. Rajoy haee bien contando con ministros experimentados y curtidos en mil batallas. Gobernar con una mayoría tan exigua va a ser complicado y el contexto económico internacional no está para novatos, como esta semana se vio con la libra.

PD.-Donde también se ha hecho la luz es en OHL. La constructora del grupo **Villar Mir** está cumpliendo a rajatabla su promesa de reducir el endeudamiento, que durante el verano la acercó al abismo del impago, según Moody's. Las desinversiones de mil millones en la última semana, sumada a otros mil millones de la ampliación o las anteriores ventas de acciones de Abertis no dejan dudas sobre su intención de atesorar liquidez para afrontar nuevos proyectos. Villar Mir había tejido una madeja cruzada de créditos garantizados entre su grupo y la constructora que amenazaba su futuro. Pero se percató a tiempo del problema y se puso a deshacerla en tiempo récord.



Rajoy enfrenta al final del túnel para formar nuevo Gobierno.

Opinión

LA NUEVA NORMALIDAD DEL CRECIMIENTO DÉBIL



Michael Spence

Premio Nobel de Economía, profesor de esta materia de la Stern School of Business de la Universidad de Nueva York e investigador de la Hoover Institution

Sin lugar a dudas, la recuperación de la recesión mundial provocada por la crisis financiera del año 2008 ha sido inusualmente larga y anémica. Algunos aún esperan un repunte en el crecimiento. Sin embargo, ocho años después de que estallara la crisis, la situación que atraviesa la economía mundial comienza a mostrarse más como un nuevo equilibrio de bajo crecimiento que como una recuperación lenta. ¿Por qué ocurre esto y hay algo que podamos hacer al respecto?

Una posible explicación de esta "nueva normalidad" que ha recibido mucha atención es la disminución del crecimiento de la productividad. Pero, a pesar de la considerable cantidad de datos y análisis, el rol que desempeña la productividad en el actual malestar ha sido difícil de definir y, en los hechos, parece no tener la importancia crítica que muchos piensan.

Por supuesto, la desaceleración del crecimiento de la productividad no es buena para el desempeño económico a largo plazo, y puede ser una de las fuerzas que frenan a Estados Unidos, a medida que se acerca al nivel de pleno empleo. Pero, en gran parte del resto del mundo otros factores (por nombrar algunos, la demanda agregada insuficiente y las significativas brechas de productividad, enraizadas en el exceso de capacidad y activos subutilizados, incluyéndose entre ellos a las personas) parecen tener mayor importancia.

En la eurozona, por ejemplo, la demanda agregada en muchos países miembros se ha visto restringida por, entre otras cosas, el gran superávit de cuenta corriente de Alemania, que ascendió a 8,5 por ciento del PIB en el año 2015. Al tener una mayor demanda agregada y un uso más eficiente de los recursos humanos y otros recursos de capital existentes, las economías podrían lograr un impulso significativo en el crecimiento a mediano plazo, incluso sin que estén presentes ganancias de productividad.

Nada de esto quiere decir que debemos ignorar el desafío de la productividad. Pero la verdad es que la productividad no es el principal problema económico en este momento.

Hacer frente a los problemas más apremiantes de la economía mundial requerirá de la acción de múltiples actores, no sólo de la de los bancos centrales. Sin embargo, hasta el momento, las autoridades monetarias han asumido gran parte de la carga de la respuesta frente a la crisis. En primer lugar, intervinieron para evitar el colapso del sistema financiero, y, más tarde, para detener la crisis bancaria y de la deuda soberana en Europa. Luego continuaron su acción para reducir las tasas de interés y la curva de rendimiento, elevando los precios de los activos, lo que a su vez impulsó la demanda por la vía de los efectos de riqueza.

Pero este abordaje, a pesar de hacer algo bueno, ha llegado a su fin. Las tasas de interés muy bajas, incluso negativas, no han logrado restablecer la demanda agregada o estimular la inversión. Y, el canal de transmisión del tipo de cambio no tendrá muchos efectos positivos, ya

que no aumenta la demanda agregada, simplemente desplaza la demanda entre los sectores relacionados al comercio exterior de los países. La inflación ayudaría, pero incluso las medidas monetarias más expansivas han estado esforzándose por elevar la inflación para que se alcance los niveles-objetivo. Japón presenta un ejemplo de lo antedicho. Una de las razones para esto es la presencia de una demanda agregada inadecuada.

Nunca se debería haber esperado que la política monetaria por sí sola cambie las economías, llevándolas a una trayectoria más alta de crecimiento sostenible. Y, de hecho, no lo hizo: la política monetaria explícitamente pretendía ganar tiempo para que los hogares, el sector financiero y los países soberanos deudores repararan sus balances y las políticas de crecimiento comenzaran a funcionar.

Desafortunadamente, los Gobiernos no fueron lo suficientemente lejos en la búsqueda de respuestas fiscales y estructurales complementarias. Una de las razones es que las autoridades fiscales en muchos países, en particular, en Japón y partes de Europa, se han visto limitadas por los altos niveles de deuda soberana. Por otra parte, en un entorno con tipos de interés bajos, estos países pueden vivir con sobreendeudamiento.

Para los Gobiernos altamente endeudados, las tasas de interés bajas tienen importancia crítica para mantener los niveles del pasivo en cotas sostenibles y para aliviar la presión relativa a la reestructuración de la deuda y la recapitalización de los bancos. El desplazamiento hacia un equilibrio en el rendimiento de la deuda soberana alto hace que sea imposible lograr el equilibrio fiscal. En la eurozona, en el año 2012 el BCE anunció que su compromiso relativo a evitar que los niveles de endeudamiento se tornen insostenibles estaba políticamente condicionado a la restricción fiscal.

También hay motivaciones políticas en juego. Los políticos simplemente prefieren mantener la carga sobre la política monetaria y evitar así ir tras la consecución de políticas difíciles o impopulares, incluyéndose entre ellas las reformas estructurales, la reestructuración de la deuda y la recapitalización de los bancos, las mismas que están destinadas a impulsar el acceso a los mercados y la flexibilidad, incluso si esto significa socavar el crecimiento a mediano plazo.

El resultado es que las economías están atrapadas en un supuesto equilibrio de Nash, en el cual ningún participante puede ganar a través de una acción unilateral. El crecimiento sufrirá si los bancos centrales intentan abandonar sus políticas agresivamente acomodaticias sin acciones complementarias para reestructurar la deuda o restablecer la demanda, el crecimiento y la inversión, así como también sufrirá la credibilidad de los bancos centrales, o incluso su independencia. Pero estas institucio-

nes deben abandonar las mencionadas políticas monetarias expansivas, porque ellas han llegado al punto en el que pueden estar haciendo más daño que bien. Al suprimir los rendimientos para los ahorradores y para los titulares de activos por un período prolongado, las tasas de interés bajas han estimulado una búsqueda frenética de rendimiento.

Esta búsqueda toma dos formas. Una es el aumento del apalancamiento, que ha crecido en todo el mundo en una cifra de alrededor de 70 billones de dólares desde el año 2008, y en gran medida (nunque no totalmente) esto ha ocurrido en China. La otra es la volatilidad de los flujos de capital, lo que ha llevado a los gobiernos en algunos países a perseguir su propia flexibilización monetaria o imponer controles de capital, con el fin de evitar daños al crecimiento en su sector de comercio exterior.

En el pasado los líderes políticos mostraron más coraje en la implementación de reformas estructurales y de seguridad social que puede que lastren el crecimiento por un tiempo, pero estabilizan la situación fiscal de sus países.

De manera más general, las autoridades fiscales tienen que cooperar mucho más y de mejor manera con sus contrapartes, a escala nacional e internacional.

En acción probablemente tendrá que esperar hasta que las consecuencias políticas del bajo crecimiento, la alta desigualdad, la desconfianza en la inversión y el comercio internacional, así como la pérdida de independencia del banco central se tornen en demasiado pesadas para soportar. Probablemente esto no ocurrirá de inmediato; pero, dado el surgimiento de líderes populistas que aprovechan estas tendencias adversas para ganar apoyo, puede que dichas acciones no estén demasiado lejanas.

En este sentido, el populismo puede ser una fuerza beneficiosa, ya que desafía al *status quo* problemático. Sin embargo, en el caso de que los líderes populistas se hagan con el poder, permanece el riesgo de que ellos vayan a ir tras la consecución de políticas que conducen a resultados que son aún peores.

© Project Syndicate

Los problemas de la economía mundial ya no los resuelve sólo la política monetaria



De cine
Mariano Guindal

LA MEJOR OFERTA

Como en el film de Giuseppe Tornatore, el presidente Mariano Rajoy ha hecho al PSOE *La mejor oferta* (2013). Un pacto de legislatura junto a Ciudadanos, y tal vez junto al PNV, para sacar a España de la difícil encrucijada en la que se encuentra. Un acuerdo para afrontar el equilibrio presupuestario que exige Bruselas; para crear empleo; para reformar la Constitución; para darle una salida a Cataluña; para cambiar la financiación autonómica; para mejorar la educación; para terminar con la corrupción; para fortalecer las instituciones...

Es decir, un gran acuerdo para superar la doble crisis a la que nos enfrentamos: económica e institucional. Como era previsible, no podemos consolidar la recuperación económica si no somos capaces de fortalecer nuestras instituciones. Y, por paradójico que parezca, éste es el mejor momento para hacerlo. Al no existir mayorías absolutas sólo queda que los partidos del arco parlamentario se pongan de acuerdo. Eso fue lo que ocurrió en octubre de 1977, cuando el Gobierno de Adolfo Suárez firmó los Pactos de La Moncloa, que se convirtieron en el andamiaje para consensuar la Constitución.

La situación guarda similitudes con los primeros años de la Transición. Hay que pactar unas nuevas reglas de juego para asegurar la convivencia y para ello se necesita a las dos Españas. No puede ser la derecha quien se imponga a la izquierda y viceversa. El hecho de que PP, PSOE y Ciudadanos agrupen al 75 por ciento de los diputados y senadores (es decir, de la soberanía popular) le concede la legitimidad democrática suficiente para poder afrontar esas reformas.

A ese gran pacto de Estado también deberían ser invitados Podemos y las minorías nacionalistas. Si Pablo Iglesias y los suyos lo rechazan, será su problema pues ellos solos se marginarán, y lo mismo ocurre con los independentistas catalanes. Después de un año de enfrentamientos, que ha llevado a la clase política a su mayor desprestigio, aún queda una posibilidad de hacer política para arreglar las cosas. El pacto alcanzado entre C's y el PSOE que sirvió de base para el acuerdo entre Albert Rivera y Mariano Rajoy tiene los mimbres suficientes para hacer un buen cesto.