

Departamento de Comunicación

The logo consists of the lowercase letters 'cem' in a white, sans-serif font, centered within a dark blue rectangular background.

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 13 DE ENERO DE 2017

A large, light blue, stylized version of the 'cem' logo is positioned at the bottom of the page, spanning most of the width.

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA

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

El Cristo de la Humildad centra el esperado cartel de Berzosa para la Semana Santa de Málaga



Moreno, Corral, Bendodo, De la Torre, Berzosa, Atencia, González de Lara, Conde y la diputada Carolina España, ayer. :: ÁLVARO CABRERA



ANTONIO M. ROMERO

aromero@diariosur.es

La obra está impregnada de simbolismos como la presencia de la Pollinica y el Resucitado, el principio y el fin, o de la Catedral como representación de la Iglesia y de la fe

MÁLAGA. En los últimos años Raúl Berzosa se ha convertido, por méritos propios, en uno de los más relevantes pintores de temática sacra. Por ello, era muy esperado su cartel anunciador de la Semana Santa de Málaga de 2017 que anoche se presentó en un multitudinario acto en el Teatro Echegaray de la capital. Una obra que protagoniza el Cristo de la Humildad, que aparece sin las manos atadas y ataviado con una clámide bordada —una prenda que lució de manera excepcional en su salida procesional de 2014— y cuya composición es una catequesis a través de varios símbolos. Así, en el cuadro están Jesús de la Pollinica, junto a un cortejo de nazarenos con palmas, y Jesús Resucitado —el principio y el final de la Semana Santa y la Resurrección

como gran valor cristiano—; el trono de la Virgen de la Paloma —hermandad a la que está especialmente vinculado el artista— y la Catedral de la ciudad, el primer y principal templo de la diócesis, como representación de la Iglesia católica y de la fe; todo ello bajo una lluvia de pétalos rojos y un arco en el que aparecen los colores de la ciudad: el verde y el morado. La obra estuvo a la altura de la expectación generada y despertó unánimes elogios de los asistentes.

«Yo he intentado hacer una obra cofrade, pero al mismo tiempo con un sentido religioso, no quedarme en la representación de tal o cual imagen, sino aprovechar el cartel para dar una clase de catequesis. Parece obvio hablar de la relación entre cartel de la Semana Santa y religión, pero en los tiempos que corren, donde se busca desacralizar todo, es muy importante que los cofrades luchemos por nuestros valores, nuestras creencias y cada uno con sus hermandades, en mi caso los pinceles», destacó Berzosa durante su intervención.

Sobre la elección del Cristo de la Humildad —que recibe culto en el santuario de la Victoria, el barrio donde Berzosa tiene su estudio—, el pintor reconoció que es un homenaje a la devoción de su abuela y a los recuerdos de su infancia. «Siempre he dicho que soy un cofrade tardío. Yo he crecido en los Maristas y mi recuerdo de la



El pregonero y el autor del cartel, junto a la obra. :: ÁLVARO CABRERA



Vista general del patio de butacas del Echegaray. :: ÁLVARO CABRERA

infancia es ir con el colegio a la Victoria y ver un Cristo con manos cruzadas y con una mirada que transmitía paz; esa imagen que me llamaba la atención se repetía en mi casa, en la mesita de noche de mi abuela se encontraba ese mismo Cristo que me transmitía serenidad», relató.

Expectación

En medio de un clima de gran expectación, la obra fue presentada

por el presidente de los empresarios andaluces, Javier González de Lara, quien en su disertación dio muestras de sus grandes conocimientos pictóricos —es pintor— y de su fe con una intervención de profundo calado religioso. La obra, en palabras del presentador, «es la lección sublime de Nuestro Señor: la Humildad, como eje del cartel y de la vida de los cristianos».

«Un marco rectangular verde y

La obra, gratis, este sábado con SUR

El cartel oficial de la Semana Santa de Málaga de 2017 será entregado gratuitamente el próximo sábado, 14 de enero, con su ejemplar del diario SUR. Se trata de una reproducción de 230x340 milímetros, sin plegar en papel estucado brillo de 150 gramos.

motado recibe lo que está por acontecer. Las letras de Málaga en caracteres tipográficos modernos, de enorme actualidad, representan un gran arco de la ciudad que se prepara para la Semana Mayor. Como si el Señor pasara debajo del mismo para bendecir a la Málaga que Berzosa lleva en sus vivencias y en su corazón. Tan es así que en la dedicatoria que el artista graba para siempre en su margen inferior derecho puede leerse un escueto pero solemne: 'A mi ciudad', remarco.

El acto, retransmitido en directo por 101 TV, fue presentado por el periodista Santiago Souvirón, quien en su intervención tuvo un recuerdo para el cofrade Pepe París, que está pasando por un momento delicado de salud. El turno de intervenciones fue abierto por el presidente de la Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga, Pablo Atencia, quien invitó a celebrar «con esperanza e ilusión» las jornadas previas a la llegada de la Cuaresma, y destacó que las cofradías «vertebran» la ciudad y realizan una ingente labor social. Tras él tomó la palabra el director de la Fundación Unicaja, Sergio Corral, entidad patrocinadora de un cartel que se mostrará en el stand de Málaga en la feria de turismo Futur en Madrid, quien puso en valor la labor que desarrollan las hermandades y lo que supone la Semana Santa como «motor económico» de la ciudad.

Cerraron las intervenciones el presidente de la Diputación, Elías Bendodo, y el alcalde de la capital, Francisco de la Torre, quienes defendieron el papel de las hermandades como eje dinamizador de la vida social de la ciudad y recalcaron la importancia de apoyar y mantener vivas las tradiciones con el apoyo de las instituciones públicas y privadas.

Al acto asistieron, entre otros, el deán de la Catedral, Antonio Aguilera; los portavoces en el Ayuntamiento María del Carmen Moreno (PSOE), Carlos Conde (PP) y Juan Cassá (Ciudadanos); el delegado de Agricultura de la Junta, Javier Salas; diputados y senadores; los hermanos mayores de las cofradías agrupadas; los expresidentes de la Agrupación Eduardo Pastor, Rafael Recio y Francisco Toledo; o el pregonero de la Semana Santa de Málaga de 2017, Francisco Javier Jurado 'Coco'.

VIVIR EN MÁLAGA

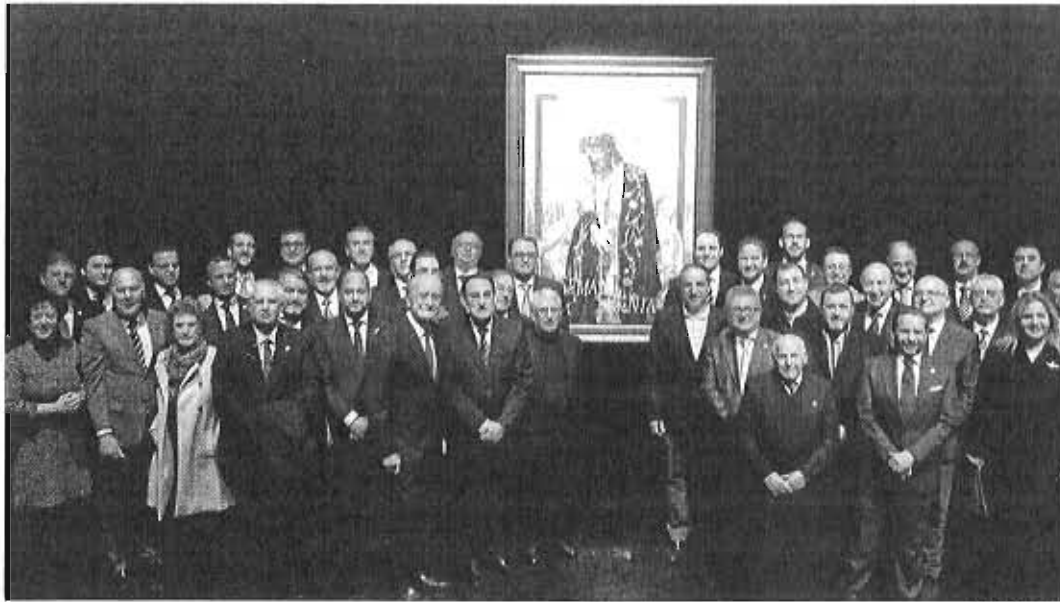


Foto de familia de la presentación del cartel de la Semana Santa de Málaga del presente año.

José Luis Pérez MÁLAGA

"Mi recuerdo de la infancia es ir con el colegio a la Victoria y ver un Cristo con manos cruzadas y con una mirada que transmitía paz; esa imagen que me llamaba la atención se repetía en mi casa, en la mesita de noche de mi abuela se encontraba ese mismo Cristo que me transmitía serenidad". Con estas palabras concluía su intervención el pintor Raúl Berzosa en el acto de presentación del cartel anunciador de la Semana Santa de Málaga que se presentó ayer en el Teatro Echegaray. El autor definía así el motivo principal de su creación, la imagen del Cristo de la Humildad que, junto a otras tres tallas devocionales, protagonizan la obra.

Las gradas del Echegaray se llenaron para poder conocer una obra esperada por la importancia del pintor, a pesar de la imposibilidad de acceso de público que no tuviese invitación previa. Dirigido por Santiago Souvirón, periodista y Cronista de la Agrupación de Cofradías, las principales intervenciones giraron en torno a las palabras del presidente de la Confederación de Empresarios Andaluces (CEA),

Un cartel coral para el anuncio de la Pasión

● Pollinica, Humildad, Resucitado y Paloma centran la obra creada por el pintor malagueño Raúl Berzosa



Francisco de la Torre entrega un recuerdo a Raúl Berzosa.

Javier González de Lara. En su disertación se descubrió la obra realizada por Raúl Berzosa.

El presentador desgató los detalles de una obra que centra la talla realizada por Francisco Buiza en 1982 y culminada a su muerte por su discípulo, Francisco Berlanga. Escoltando a la misa aparecen el alfa y el omega de la Semana Santa malagueña, las imágenes de Jesús a su Entrada en Jerusalén y el Santísimo Cristo Resucitado.

Tras las dos imágenes cristíferas, la representación de la Semana Santa se hace patente con la incorporación de nazarenos con capirote morado y palmas, símbolo del Domingo de Ramos o la

procesión de Pollinica, y otros penitentes de color blanco, alusivos tanto a la imagen del Resucitado como a la Virgen de la Paloma, cuyo trono emerge tras la clámide del Cristo de la Humildad. A las imágenes devocionales acompaña la presencia de la Santa Iglesia Catedral vista desde su fachada principal. En la intervención de González de Lara, éste la define como "símbolo de autoridad y de potestas. De reconocimiento ante los fieles de su grandeza, a la vez que de su indispensable custodia a lo largo nada menos que de dos milenios".

Sobre el fondo en tonos salmón se dibuja un marco en colores verde y morado que crea una geometría rompedora con las líneas barrocas de las tallas devocionales. A su vez, la tipografía se configura en dos espacios con el fin de anunciar la Semana Santa malagueña: arriba, en blanco, la ciudad y el año. Abajo, y haciendo un juego con el acrónimo de la Agrupación de Cofradías que en su escudo aparece, la tradición.

González de Lara describía además la alta simbología con la que cuenta el cartel en su intervención: "una lección magistral artística y teológica del autor, que nos sitúa primero frente a frente con esta bella imagen de Buiza, para luego llevamos a mirar a nuestro alrededor. En lenguaje artístico diríamos que 'el Cartel, 'es un retrato de manos'. ¡Y qué manos! Las de Cristo sumiso, paciente y humillado, entrelazadas, como preludio de su Crucifixión con sus brazos abiertos, implorando el perdón de nuestros pecados".

A su vez, Raúl Berzosa realizó en su intervención una defensa de la fe de los cristianos que, a su vez sirvió como motivo de trabajo en la realización del cartel: "parece obvio hablar de la relación cartel de la Semana Santa y religión, pero en los tiempos que corren donde se busca desacerarizar todo, es muy importante que los cofrades luchemos por nuestros valores, nuestras creencias, y cada uno con sus herramientas". El presidente de la Agrupación de Cofradías, Pablo Atencia, invitó a los presentes a celebrar con esperanza e ilusión la venidera Cuaresma y agradeció la labor realizada por Berzosa en un cartel que forma ya parte de la historia cofrade malagueña.

Berzosa pinta la introducción, el nudo y el desenlace de la Semana Santa de Málaga

► El Señor de la Humildad protagoniza el cartel oficial de la Agrupación, que fue presentado ayer en el Teatro Echegaray por Javier González de Lara ► La Pollinica y el Cristo Resucitado aparecen también como alfa y omega de la historia de la Pasión

MIGUEL FERRARY MÁLAGA
► @MiguelFerrary

■ Toda obra literaria, toda historia, novela o ensayo cuenta con una estructura común que involucra al lector, mantiene su interés y lo atrapa hasta la última página. La Semana Santa es el gran teatro de la religiosidad popular en Málaga, un vestigio de aquellos autos sacramentales del Barroco que servían para enseñar a quienes no sabían leer. Mucho ha cambiado todo desde entonces, desde luego, pero la misión fundamental de las cofradías sigue siendo la misma: transmitir el mensaje de Cristo en su Pasión, Muerte y Resurrección. Y esa catequesis está presente en la pintura de Raúl Berzosa, que se presentó ayer en el Echegaray. El artista ha pintado la introducción, el nudo y el desenlace de la Semana Santa de Málaga en el cartel oficial de 2017.

El Señor de la Humildad es la figura protagonista. Pero no es el único. Existe un alfa representado por la Pollinica y un omega, con el Cristo Resucitado, a su vez un nuevo principio, que en un nivel inferior escoltan al portentoso titular de Francisco Buiza, todo ello pintado con maestría por Berzosa, un autor con una especial sensibilidad por lo sacro. El Cristo de la Humildad, perfectamente reconocible, pero representado además con clámide púrpura y sin la caña a modo de cetro, que le fue entregada en el pretorio y que lleva en sus manos cada Domingo de Ramos.

En la parte superior, la leyenda Málaga 2017, con caracteres tipográficos muy modernos y en color blanco; y en la inferior, Semana Santa, utilizando en la gráfica el escudo de la Agrupación, en amarillo. Pétalos de flores caen sobre las imágenes. De fondo, la torre de la Catedral, a la izquier-



Fernando Galeote, hermano mayor de la Humildad, Coco Jurado, pregonero de 2017, el pintor Raúl Berzosa y Pablo Atencia. GREGORIO TORRES

da, con nazarenos de capirote morado y palmas, a sus pies; y a la derecha se adivina el trono de la Virgen de la Paloma, con sus nazarenos de capirote blanco. Es la presencia mariana en el cartel.

Colores

El rojo es el color predominante, pero no el único. Los ocreos también destacan y toda la composición aparece enmarcada por el verde y el morado de la ciudad donde se celebra lo que el cartel anuncia, la ciudad a la que Berzosa dedica su pintura.

Un cartel que anuncia, efectivamente, la Semana Santa de Málaga, no la de ningún otro lugar, y en la que se pueden sentir reflejadas todas las cofradías, ya que aunque no aparezcan explícitamente en la obra sí que lo ha-

cen desde un punto de vista transversal en cada uno de los momentos de la Pasión en ella reflejados.

Javier González de Lara, presidente de la CEA, pintor y cofrade del Calvario, fue el encargado de presentar el cartel. «Puedo afirmar que el cartel se convierte en verdadero testimonio de fe, cuando se pinta como él ha reflejado a la Semana Santa de Málaga: con un mensaje claro, conciso, pero también completo», señaló.

«La forma de expresar esta Fe, a través de nuestras claves culturales, de nuestra historia y la evolución de nuestras costumbres y nuestro arte, es lo que ha ido configurando con el paso del tiempo la Semana Mayor que hoy conocemos, vivimos y celebramos: sentimiento hecho arte, y Fe hecha oración plástica», dijo



LA FRASE

«Esta epopeya, esta catequesis completa, la podemos contemplar en un cartel que auguro, será gratamente recordado»

JAVIER GONZÁLEZ DE LARA

González de Lara.

En su intervención, destacó el currículum de Raúl Berzosa, haciendo especial mención en sus obras internacionales y especialmente en el Vaticano; así como hizo un somero repaso técnico y artístico por todos los elementos que componen la obra, con un claro trasfondo cristiano. «La historia más hermosa jamás contada», señaló González de Lara del cartel.

El periodista Santi Souvirón, cronista de la Agrupación, actuó de maestro de ceremonias de un acto en el que también intervinieron el presidente, Pablo Atencia; Sergio Corral, director de la Fundación Unicaja, patrocinadora del acto; el propio Raúl Berzosa y Elías Bendodo y Francisco de la Torre, presidente de la Diputación y alcalde de Málaga.

El alfa y omega de la Semana Santa, en el cartel de Raúl Berzosa

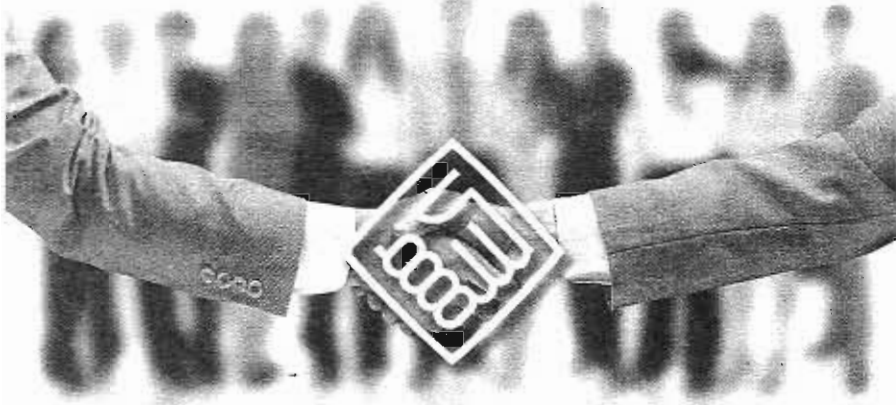
■ Javier González de Lara presenta en el Teatro Echegaray la obra que sirve para anunciar las procesiones de 2017. **8**



Berzosa, junto a su obra.

LA OPINIÓN, 13/01/17.

PROGRAMA DE SUBVENCIONES PARA LA INSERCIÓN LABORAL
DE UNIVERSITARIOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA
DIRIGIDA A EMPRESAS, AUTÓNOMOS, Y ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO



INFORMACIÓN COMPLETA Y PREINSCRIPCIÓN EN:
www.primeraoportunidad.es



PLAN PRIMERA OPORTUNIDAD

HASTA EL 30 DE JUNIO 2017

COLABORAN



LA OPIPLÓN, 13/01/17.

PROGRAMA DE SUBVENCIONES PARA LA INSERCIÓN LABORAL
DE UNIVERSITARIOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA
DIRIGIDA A EMPRESAS, AUTÓNOMOS, Y ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO



INFORMACIÓN COMPLETA Y PREINSCRIPCIÓN EN:
www.primeraoportunidad.es

SUBVENCIONA
M
málaga.es diputación

PLAN PRIMERA OPORTUNIDAD

HASTA EL 30 DE JUNIO 2017

COLABORAN



DIARIO SUR, 13/01/17.



El ministro Montoro, durante su comparecencia de ayer en el Congreso. :: EFE

Hacienda penalizará fiscalmente a las empresas morosas con sus proveedores



DAVID VALERA

Montoro admite que 2017 será «difícil» por el ajuste de 16.000 millones, pero descarta la adopción de más medidas adicionales

MADRID. Las empresas que excedan el plazo legal de 60 días para pagar a sus proveedores podrán ser penalizadas en materia tributaria. Ese es el anuncio que ayer lanzó el ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro. A su juicio es inaceptable «el abuso» de las grandes compañías a la hora de fijar las condiciones de financiación de las sociedades de menor tamaño. A pesar de que la ley marca un máximo de dos meses para hacer estos pagos, la morosidad de las multinacionales supera largamente esos límites que sufren principalmente autónomos y pymes.

En concreto, el plazo medio de

pago de las empresas del Ibex se sitúa en los 169 días, según la Plataforma Multisectorial contra la Morosidad, que agrupa a un millón de pymes. Es decir, las grandes compañías casi triplican el límite legal. Montoro aseguró durante su intervención en la comisión de Hacienda del Congreso que «hoy no tiene sentido» esta demora por la facilidad de financiación tanto en el mercado como a través de las entidades bancarias gracias a los bajos tipos de interés. Sin embargo, el ministro no entró en más detalles al asegurar que «ahora hace falta fijar los contenidos» de esa medida.

Tanto desde Cepyme como desde las organizaciones de autónomos siempre han reivindicado la necesidad de que el Gobierno impusiera sanciones a las grandes empresas que incumplieran el plazo máximo de pago. Sin embargo, hasta ahora la única iniciativa al respecto fue penalizar a estas compañías en los concesiones públicas.

Asimismo, el ministro de Hacienda también tuvo otro anuncio para estos colectivos al confirmar que estudia con la Agencia Tributaria medidas para que autónomos y pymes no se vean afectados por la eliminación de los aplazamientos de IVA

aprobados en diciembre. Según anunció la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA) el compromiso del Ejecutivo es mantener el límite de 30.000 euros de aplazamiento, aunque se reducirá el plazo de los 18 meses actuales a 12.

Por otra parte, el ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, reconoció ante los grupos de la Cámara que 2017 será un «año difícil» por el ajuste de 16.000 millones necesario para reducir el déficit del 4,6% al 3,1%. El impacto de este escenario se tendrá que reflejar en los próximos Presupuestos Generales, que el ministro no ha dudado en calificar de «exigentes» por este motivo, aunque aseguró que no serán necesarias medidas «adicionales» a la subida de Impuestos Especiales (tabaco y alcohol) y de Sociedades aprobadas en diciembre.

Calda en Sociedades

Una de las claves para lograr cuadrar las cuentas públicas está en la recaudación tributaria. El ministro aseguró que los ingresos de IRPF el año pasado superarán los 72.000 millones y mantendrá el nivel precrisis recuperado en 2015. Asimismo mantuvo su compromiso de bajar este tributo este año. También el IVA cerrará 2016 con niveles superiores en 7.000 millones a los de 2007 hasta superar los 62.900 millones. Sin embargo, Montoro reconoció que la recaudación en Sociedades es todavía la mitad que antes de la crisis. Pese a todo, Montoro presumió de que el proceso de consolidación fiscal y el ajuste del gasto se ha realizado sin afectar a la protección social. Aseguró que mientras que el gasto público en 2011 ascendió a 490.000 millones (45,8% del PIB) en 2016 se redujo en más de 15.000 millones.

Sin embargo, resaltó que pese a esta reducción el gasto social (educación, sanidad y protección social) el pasado ejercicio superó los 300.000 millones «por primera vez en la historia». Una afirmación que fue rechazada por la oposición al recordar que gran parte de ese incremento se debe al aumento de pensionistas con unas ayudas más elevadas y a las prestaciones por desempleo más numerosas.

Málaga acoge el mayor encuentro internacional de turismo idiomático

L. O. MÁLAGA

■ Málaga acoge este fin de semana la celebración de Alphe Conference, el mayor encuentro internacional dedicado al turismo idiomático; unas jornadas que se celebran cada año en diversos puntos del planeta (Corea del Sur, Japón, Tailandia, Taiwán, Brasil, Reino Unido, Alemania y Rusia) y que tendrán lugar en la capital.

A estos países se sumó hace dos años España y debido al éxito logrado por tercera vez consecutiva Málaga es la sede de esta edición. Es más, debido al éxito de inscritos en estas tres primeras ediciones, el organizador del encuentro, Stephen Roberts, ya ha anunciado que Alphe Conference también se celebrará el próximo año en Málaga, entre los días 12 y 14 de enero y se están barajando fechas para los siguientes tres años.

Roberts explicó que ST Alphe España se ha establecido rápidamente como uno de los eventos más importantes del calendario internacional de la educación «y estamos encantados de recibir a más educadores y agentes escolares este año». «Se trata de una gran noticia para Málaga, ya que Alphe Conference reúne a escuelas de todo el mundo con agencias de viajes españolas y de otros 37 países».

Las jornadas, organizadas por Study Travel Ltd, gracias a la petición realizada en su momento por la Asociación de Centros de Español (ACEM), cuentan con el patrocinio del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, Turismo Costa del Sol y la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía.



Previsiones

«En 2017 entrarán en escena operadores que confían en la provincia de Málaga como destino para sus inversiones»

mo en el panorama internacional. Una transformación que ha situado a la capital en el punto de mira de fondos e inversores internacionales. «Tradicionalmente, Málaga siempre ha sido objetivo para los inversores nacionales, pero ahora

Cambio de propiedad

Según el análisis, el esquema que persiguen estos inversores suele ser siempre el mismo: buscar una oportunidad que ofrezca rentabilidad en un plazo de 5 a 10 años, y vender luego la propiedad a un tercero que esté dispuesto a seguir manteniendo el hotel en funcionamiento. Por lo que se refiere a las transacciones de cartera, 2016 también ha sido un año muy dinámico para la provincia en general. En total, se transaccionaron 19 carteras hoteleras a nivel nacional, de las que afectaron directamente a cuatro hoteles. Dos en la provincia, y dos en la capital.

Las perspectivas para el 2017 siguen siendo particularmente positivas. A los buenos datos que sigue presentando la economía y el turismo en España, hay que sumarle la inercia positiva, especialmente de la capital. «Entrarán en escena nuevos operadores que confían en la provincia como destino para sus inversiones», predica Gutiérrez un nuevo año al alza para la inversión hotelera.



Turistas en la piscina de un hotel de Málaga capital. AL EX 22A

Málaga acumula una inversión hotelera de 184,4 millones en 2016

► La capital se sitúa como el destino urbano más solicitado por detrás de Madrid y Barcelona ► Las perspectivas siguen al alza para el 2017

MATÍAS STUBER MÁLAGA
► @matias_sib

■ Málaga se reafirma como provincia que ofrece incentivos suculentos para atraer a inversores. El ejercicio de 2016 ha cerrado con un volumen total en inversiones hoteleras que asciende hasta los 184,4 millones de euros y coloca a la capital como uno de los objetivos más atractivos a nivel nacional a la hora de rentabilizar el capital invertido. Esta cifra sale del

último estudio que presentó ayer la agencia especializada en el asesoramiento financiero y estratégico, Irea, y que destaca a Málaga dentro de un panorama general que confirma al turismo como gran motor y basión de la economía española.

La inversión en inmuebles hoteleros que ya existen en la provincia de Málaga copa el protagonismo, con un desembolso de 170 millones. A esta cifra, hay que sumarle unos 14,4 millones destina-

dos a la reconversión de inmuebles hacia el uso hotelero en la capital. Según asegura Gonzalo Gutiérrez, analista de Irea, no es casualidad que la provincia siga en la estela que supuso el año 2015, cuando se firmó una inversión récord a nivel nacional.

En este contexto, merece especial mención la capital. Debido a la consolidación como ciudad cultural, Gutiérrez afirma que se trata de «uno de los destinos urbanos más pujantes» que hay ahora más-

Narváez cumple el 30% de su programa

► El rector de la Universidad hace balance de su primer año de mandato y destaca como objetivos prioritarios la reforma de los estatutos y la realización del plan estratégico ► Exige a la Junta que reconozca «hasta el último euro» de la deuda con la UMA

IGNACIO A. CASTILLO MÁLAGA
► @ia_castillo

■ Ya hace un año de las elecciones en la Universidad de Málaga que decidieron que José Ángel Narváez se convirtiera en rector de la institución. Durante los primeros meses de mandato ha sido mucho el trabajo realizado, según destacó ayer el propio Narváez durante una comparecencia pública para rendir cuentas de su gestión. Su balance es positivo y satisfactorio, enfocado en hacer una UMA más innovadora, más sostenible y que ofrezca servicios de mayor calidad a la sociedad. El rector ha cifrado en un 30% el cumplimiento de su programa en este primer año, pero mantiene importantes retos de cara al futuro.

Como objetivos prioritarios, José Ángel Narváez señaló la reforma de los estatutos y la realización de un plan estratégico que diseñe la Universidad de Málaga de los próximos años. Ya se ha iniciado el debate para la modificación del reglamento, de hecho: Unas reglas que, entre otras cosas, limitarán el mandato de todos los cargos públicos electos. Y la UMA sabe lo que quiere y hasta dónde quiere llegar.

El rector considera fundamental una mayor presencia de la institución en la sociedad, que los titulados, que los docentes e investigadores de la Universidad contribuyan de manera más decisiva al desarrollo y enriquecimiento de su entorno. Que ocupe también el lugar que le corresponde en el ámbito internacional, mucho más allá de los rankings, sino como «una oportunidad en la formación de los alumnos y en sus salidas profesionales», dijo el rector. Y también



José Ángel Narváez, en su despacho del Rectorado, en una fotografía de archivo. G. TORRES

focalizar la actividad en el emprendimiento, en el reconocimiento social de la UMA, que «no puede estar fuera de los grandes proyectos de ciudad», aseguró.

En el aspecto económico, Narváez reconoció discrepancias en el reconocimiento de la deuda que mantiene la Junta de Andalucía con la Universidad. «Digamos que es de 90 millones de euros, aunque nosotros pensamos que es un poco mayor», sostuvo, sin querer aportar más detalles. Eso sí, dejó claro que «nos preocupa que se reconozca hasta el último euro, pero también la forma en que se va a hacer efectivo el pago, el cuándo y el cómo, porque es un dinero que necesitamos para hacer las estrategias

que requiere la Universidad», agregó en su comparecencia.

En este sentido, el rector subrayó estas nuevas estrategias desarrolladas para coordinar acciones con instituciones como el Ayuntamiento, la Diputación, la Junta de Andalucía y la Subdelegación del Gobierno. También con la Confederación de Empresarios y otras organizaciones sociales. «Solo así la UMA podrá ser una herramienta real de desarrollo y progreso de Málaga», añadió.

Narváez reconoció que se ha encontrado una Universidad «saneada» y empezando una conjuntura económica favorable, que le permitió aumentar los presupuestos de su primer ejercicio como rec-

tor un 10,5%, al que se le ha añadido otro 1,5% más este año. «La UMA necesita estos recursos para cambiar».

Gracias a ello, se han iniciado reformas para luchar contra la precariedad laboral del PDI, favoreciendo la acreditación de catedráticos a pesar de los durísimos requisitos impuestos por la Aneca, que el rector no dudó en calificar de «locura» y reduciendo la presencia de profesores sustitutos interinos, «lo que redundará en la calidad de la enseñanza»; y del PAS, negociando con los sindicatos la mejora de sus condiciones con un nuevo plan de recursos humanos y la recuperación de la mayoría de los derechos sociales

que perdió con la crisis.

En cuanto a las obras de infraestructuras en el campus de Teatinos y los terrenos de la ampliación, el rector señaló que la primera fase de la urbanización del bulvar se iniciará en mes o mes y medio. «Será el parque más grande de Málaga». También se está trabajando en el nuevo pabellón de gobierno, en la futura facultad de Turismo, en los edificios para los estudiantes y en Psicología, sede que tendrá que volver a salir a concurso. Del mismo modo, sentenció que está dispuesto a «desbloquear» en los próximos meses el conflicto abierto entre la Universidad y el metro por el tránsito del suburbano por el campus.



Las claves

INVESTIGACIÓN

Plan propio de 1,5 millones
Para hacer frente a los recortes en investigación, la Universidad de Málaga aprobó un plan propio con una cuantía de 1,5 millones de euros para fortalecer esta importante parcela universitaria.

ESTUDIANTES

Más becas
Los presupuestos del pasado ejercicio permitieron a la UMA conceder más ayudas de estudio «para que nadie tenga que abandonar la carrera por motivos económicos», dijo el rector.

Málaga firma una nueva subida de proyectos de viviendas en 2016, aunque afloja el ritmo

► Contabiliza 3.041 visados, con una subida del 24% sobre el año anterior ► La capital lidera la lista y Marbella pierde algo de fuelle

José Vicente Rodríguez
MÁLAGA
@josevirodriguez

El sector promotor e inmobiliario ratificó en este recién concluido 2016 su tónica de reactivación con un nuevo incremento anual (el segundo consecutivo) del visado de viviendas para la construcción de futuros inmuebles, evidenciando que la actividad retoma el pulso de forma lenta pero sostenida tras una época de absoluto desplome. En concreto, el pasado ejercicio se cerró con un total de 3.041 viviendas visadas ante el Colegio de Arquitectos de Málaga y un aumento del 23,9% en relación a las presentadas el año anterior (2.454). Eso sí, el crecimiento fue bastante más atenuado que en 2015, cuando el número de visados se triplicó en relación a 2014, lo que invita a pensar que, aunque se está en el buen camino, la recuperación no será rápida.

En cualquier caso, las cifras de 2016, presentadas ayer por el propio Colegio, sirven a la provincia para firmar el mayor número de visados en siete años, quedándose además muy cerca de los 3.370 que se contabilizaron en 2009. El número sigue estando, eso sí, a una distancia enorme de los guarismos de la etapa del boom económico e incluso de los albores de la crisis (en 2006 se visaron más de 45.000 viviendas, en 2007 más de 27.000 y en 2008, cuando empezaba la recesión, unas 13.000).

El decano del Colegio de Arquitectos, Francisco Sarabia, calificó como «positivos» los datos de 2016, un año en el que el sector volvió a exhibir, a su juicio, un «buen crecimiento, pese a moverse todavía en números muy por debajo del nivel de actividad» que debe tener una provincia como Málaga. «Somos optimistas. Estamos en recuperación pero tardaremos todavía en llegar a unas cifras razonables», comentó. Nadie en el sector pretende en absoluto regresar a los desenfundados números de la burbuja inmobiliaria, que en parte originaron la actual crisis, pero sí alcanzar el volumen de un mercado normalizado.

Para Sarabia, el reto de futuro de la provincia debe ser moverse en una horquilla de entre 20.000 y 25.000 visadas al año, lo que daría tanto para satisfacer la demanda natural de la población malagueña como para dar oferta suficiente al comprador de fuera, tanto nacional como extranjero, que busca una segunda vivienda de tipo vacacional. El decano afirmó que si la evolución económica es buena

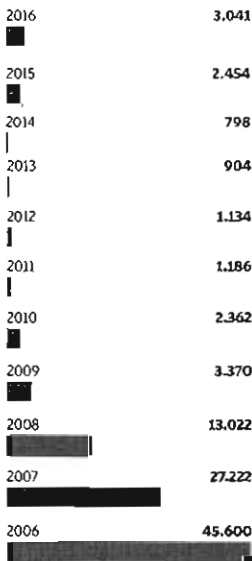
Datos del visado de viviendas en la provincia

EVOLUCIÓN POR TRIMESTRES



Fuente: Colegio de Arquitectos de Málaga

EVOLUCIÓN DE VISADOS POR AÑOS

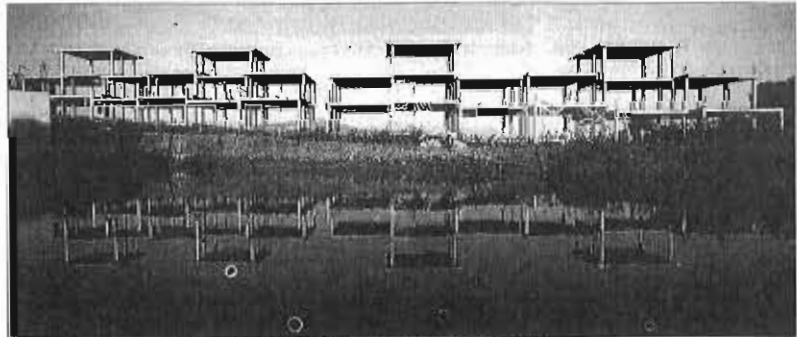


LOS DATOS

Viviendas visadas

AÑO COMPLETO. PRINCIPALES MUNICIPIOS *	2014	2015	2016
Málaga	166	712	878
Estepona	12	24	487
Mijas	86	105	282
Benahavís	25	61	227
Marbella	143	492	173
Fuengirola	2	95	141
Benalmádena	66	158	119
Rincón de la Victoria	15	59	111
Torremolinos	41	209	102
Vélez Málaga	25	73	91
Alhaurín de la Torre	19	65	65
Nerja	5	92	55
Total provincial	798	2.454	3.041

Fuente: Colegio de Arquitectos de Málaga



Obras de una promoción de viviendas en Málaga, en una imagen de archivo. J. HAZCA/REUTERS

y se entra en una etapa de estabilidad política en España que elimine incertidumbres al inversor ese objetivo podría ser factible en un plazo de unos cinco años.

La impresión es compartida por el presidente de la Asociación de Constructores y Promotores de Málaga (ACP), Emilio López Caparrós, que ayer también mostró su satisfacción por el incremento de visados. «Se nota en toda la Costa del Sol que hay mayor movimiento. Las grúas han vuelto y las expectativas son muy buenas para este 2017. Si la banca acompaña con la concesión de hipotecas a los potenciales compradores, asistiremos a nuevas subidas», aseguró.

Volviendo a los datos de 2016, las estadísticas del Colegio sitúan el año más a Málaga capital a la cabeza de los visados (878), con un incremento del 23,3% sobre el año anterior, seguida por Estepona (que experimenta una gran subida, de 24 a 487), Mijas (de 105 a 282) y Benahavís (de 61 a 227). Marbella, que el año pasado se situaba en segundo lugar, baja un 75% la cifra de visados (de 492 a 173) y cae al

quinto lugar. La lista de municipios con mayor actividad la completan Fuengirola (141), Benalmádena (119), Rincón de la Victoria (111), Torremolinos (102) y Vélez Málaga (91). El último trimestre de 2016 fue de especial intensidad, ya que se visaron 985 viviendas, con una subida de casi el 50% sobre el mismo periodo del año anterior.

Tanto Sarabia como López Caparrós destacaron la pujanza de la capital y la franja costera en general. En el caso de Marbella, reconocieron que la anulación del PGOU de 2010 por parte del Tribunal Supremo a finales de 2015 ba pasado factura debido a la «incertidumbre generada» en los inversores. Esta dinámica, en su opinión, explica también la intensa subida de proyectos en localidades limítrofes como Estepona, Benahavís o Mijas. «La zona de Marbella concita mucho interés y es posible que la demanda, tras la anulación del PGOU, se haya desviado a su periferia», dijo el decano.

También apuntó que la zona del interior de Málaga continúa anclada en cifras de visados muy ba-

jas, y dijo que la recuperación no se completará hasta que el aumento de proyectos se reparte de forma más uniforme por la provincia.

Menos viviendas acabadas

En cuanto al número de viviendas acabadas, las cifras de 2016 ofrecen un hecho significativo: por primera vez desde comienzos de la crisis, la cifra ha repuntado en su evolución anual, aunque sea de forma mínima y desde niveles ínfimos de actividad. En la provincia se terminaron 1.235 viviendas el pasado año, con un aumento de casi el 9% en relación a las 1.134 de 2015 (cifra que supuso la más baja de la serie histórica). Marbella, con 207, Málaga, con 145, y Mijas, con 111, lideran este apartado.

La explicación al repunte es que ya están llegando al mercado las viviendas que se visaron a partir de 2014, cuando el sector comenzó a despertar tímidamente de su largo letargo, o aquellas cuyas obras se retomaron después de años de parón. «Esá curva de viviendas terminadas tiene que empezar ahora de nuevo a subir», comentaron.

MÁLAGA

Málaga, Estepona y Mijas lideran la tímida recuperación inmobiliaria



Vista de los trabajos en una obra de viviendas en la capital.

● Los promotores visaron el año pasado 3.041 inmuebles, un 24% más ● Entre enero y noviembre se vendieron 24.210 casas, siendo la mayoría usadas por la escasez de urbanizaciones nuevas

Ángel Recló MÁLAGA

El vaso medio lleno o medio vacío. Los promotores proyectaron el año pasado 3.041 viviendas en la provincia de Málaga, lo que supuso un crecimiento del 24% respecto a 2015, más del triple que en 2014 y el mejor dato de los últimos años. No obstante, los expertos indican que la demanda habitual de vivienda nueva en una provincia como la malagueña está entre las 20.000 y las 25.000 unidades anuales, pues es la sexta con mayor población de España, la segunda del país con mayor venta a extranjeros no residentes y una de las que tiene un mayor saldo migratorio positivo tanto interior como exterior. En este contexto, esos 3.000 inmuebles están a años luz de la demanda real.

Los promotores tienen la obligación de visar sus proyectos en la provincia en el Colegio de Arquitectos de Málaga y este organismo ofrece trimestralmente los datos, siendo un buen termómetro para conocer la evolución del sector, pues desde que se visa un inmueble hasta que se entrega, si no hay problemas de financiación, licencias, etcétera, puede pasar en torno a dos o tres años. La capital malagueña ha sido la que ha despertado más interés entre los inversores, al sumar un total de 878 viviendas visadas, el

29% del total. La mayoría de ellas (754) son plurifamiliares de carácter libre que se agrupan en 27 proyectos por un importe de 69,9 millones de euros. A eso hay que sumarle otras 98 viviendas libres unifamiliares en 35 proyectos por 13,8 millones de euros, y 26 viviendas de protección oficial plurifamiliares en tres edificios por 9,4 millones de euros.

Junto a Málaga capital, la segunda localidad con mayor tirón fue el año pasado Estepona con 487 viviendas proyectadas gracias a su proximidad con Marbella. La paralización del Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) en Marbella ha supuesto un freno para este municipio, viéndose beneficiados los adya-

centes. En Benahavís, por ejemplo, se visaron 227 inmuebles mientras que en la propia Marbella fueron 173. De hecho, Marbella, pese a ser un municipio con más de 100.000 habitantes y el segundo más grande de la provincia, también se vio superada por Mijas, que fue la tercera localidad con más demanda con 282 visados. En otras grandes localidades se pueden destacar los apenas 11 visados de Antequera en todo un año; 32 en Ronda; 102 en Torremolinos; 119 en Benalmádena; 141 en Fuengirola; 91 en Vélez Málaga; o 111 en Rincón de la Victoria.

Por otra parte, el Colegio de Arquitectos también informa del número de viviendas terminadas.

El año pasado fueron 1.235, un 9% más. Son inmuebles nuevos que pasan directamente al mercado y que demuestran la escasa oferta existente de este tipo de vivienda en la provincia.

El presidente de la Asociación de Constructores y Promotores de Málaga (ACP), Emilio López, consideró que ese aumento del 24%

Emilio López
Presidente ACP

Las empresas tienen muchas ganas de trabajar porque se están produciendo ventas"

Las viviendas de protección oficial se desploman al no ser rentables

26 en la capital. Ese es el total de viviendas de protección oficial que se visaron en el Colegio de Arquitectos en todo el año 2016 en el conjunto de la provincia. No se prevé hacer VPO en ningún municipio de la costa ni del interior, y en la capital es meramente testimonial. ¿Por qué ocurre esto? Emilio López, presidente de la Asociación de Constructores y Promotores de

Málaga (ACP), lo dice claro: "A los promotores privados no nos interesa la VPO porque el precio tiene un tope y te obligan a poner una calidad que no cubre el coste, por lo que no nos sale rentable". Los empresarios, por tanto, dejan las VPO para las Administraciones Públicas, que tampoco están haciendo su labor como demuestran los números. Francisco Sarabia, decano de los ar-

quitectos malagueños, añade que, además, el último plan andaluz de vivienda obliga a construir viviendas de protección oficial solo para destinarlas a alquiler y "esta fórmula no es atractiva porque los empresarios recuperarían así la inversión a largo plazo, entre 20 y 25 años, cuando lo quieren hacer a corto". Si se observan las viviendas nuevas terminadas de protección oficial se comprueba que el año pasado solo hubo 17 en Málaga capital, por lo que este segmento está prácticamente muerto.

de visados "es una buena noticia y pensamos que se va a mantener en 2017 porque la tendencia es positiva". Según López, las empresas del sector "tienen muchas ganas de trabajar porque se están produciendo ventas".

El Instituto Nacional de Estadística publicó ayer que entre enero y noviembre se realizaron en la provincia malagueña 24.210 compraventas de viviendas, un 7,3% más que en los once primeros meses de 2015, siendo la mayoría usadas. López reconoce, no obstante, que puede haber piedras en el camino. Uno de ellos puede ser una mayor dificultad de los clientes para conseguir hipotecas por el aumento de provisiones que las entidades financieras deberán realizar para cubrir los costes, por ejemplo, de la cláusula suelo. En cualquier caso, el presidente de los constructores y promotores malagueños se mostró optimista y confió en que en unos cuatro años se puedan visar las 20.000 unidades anuales que se entienden acordes a la demanda latente. Como muestra, el último trimestre fue positivo en la provincia, con casi un millar de visados, un 50% más que en el mismo periodo del año pasado.

El decano de los arquitectos malagueños, Francisco Sarabia, aseguró, por su parte, sentirse "satisfecho", pero subrayó que "estamos en un nivel de actividad muy bajo".

Torremolinos afronta un importante proceso inversor en el sector hotelero

► La localidad de la Costa del Sol recibirá durante 2017 más de 100 millones de euros para este fin

CARLOS CASADO TORREMOLINOS

► @ccasado

■ Torremolinos afronta una de las mayores reconversiones y modernizaciones de su planta hotelera de las últimas décadas. Según la patronal hotelera de la Costa del Sol (Aehcos), la localidad recibirá a lo largo de 2017 más de 100 millones de euros de inversión en este sector.

Por lo que respecta a las inversiones en curso, la cadena Sol Meliá invertirá hasta 2018 entre 25 y 30 millones de euros en la reforma de los hoteles que gestiona en Torremolinos y que por sí solos suman el 25 por ciento de la oferta de habitaciones del municipio.

Sólo en lo que concierne al complejo Sol Don Hoteles (que engloba al Don Pablo, Don Pedro y Don Marco, que suman el millar de habitaciones) la inversión llega a los 17 millones de euros. A esta cifra hay que añadir otros 16 millones de euros que la misma cadena viene invirtiendo dentro de un plan plurianual que comenzó en el 2011 y concluirá en 2018 en el Meliá Costa del Sol, instalación con 500 habitaciones.

Otros de los proyectos devergadura en fase de ejecución son, por un lado, el que está ejecutando la cadena Riu con la reforma de sus hoteles Bel Playa y Costa Lago y que darán como resultado final la creación y apertura del Club Hotel Riu Costa del Sol, un resort todo incluido de 596 habitaciones.

Asimismo, la cadena Med Playa está llevando a cabo la construcción de un nuevo anexo de 30 junior suites en el emblemático Hotel Pez Espada.



Playa de la Carhuela en Torremolinos. I.O.



Datos

Torremolinos ocupó en el pasado año la segunda posición en lo referido a inversión hotelera en la provincia de Málaga

Además de los proyectos futuros, ya se produjo en julio del pasado año la reapertura del Hotel Palia las

Palomas tras una intensa reforma tanto interior como exterior del edificio, con una inversión de seis millones de euros. A esto se sumó la apertura del Luxury Hotel Costa del Sol en el paseo del Colorado, un establecimiento de 33 habitaciones y servicios de cuatro estrellas enfocado al segmento de lujo. También se contabilizó durante 2016 la rehabilitación y reequipamiento de otros cuatro hoteles: el MS Amaragua, Natali, Aguamarina y el Hotel los Jazmines.

La buena salud del sector hotelero en Torremolinos se deja notar en el último informe publicado por JLL Hotels & Hospitality Group sobre inversión en España durante 2016, que señala a la provincia de Málaga como la tercera por cifras

de inversión hotelera del país, con 160 millones de euros.

En el ranking provincial, la localidad de la Costa del Sol ocupó ese año la segunda posición con 40 millones de euros (sólo por detrás de Málaga ciudad que alcanzó la cifra de 67 millones), cantidad que dobló la registrada en Marbella y Mijas (20 millones en cada caso) y casi triplicó los 13,5 millones de inversión hotelera en establecimientos de Benalmádena.

Las inversiones del sector privado corroboran la solidez de la marca turística de Torremolinos. Estos desembolsos se han producido en aperturas y reaperturas de hoteles, así como en la reforma y modernización integral de hasta un total de 13 establecimientos.

Los inversores desembolsan 184 millones de euros en hoteles en Málaga

● El año pasado se cerraron ocho grandes operaciones en la provincia, de las cuales la mitad tuvieron lugar en la capital

Ángel Recto MÁLAGA

Los inversores tienen a Málaga en todas sus agendas y están haciendo especial énfasis en los hoteles por los datos históricos de viajeros y ocupación que se registran mes tras mes tanto en la capital como en el resto de la Costa del Sol, con la consiguiente rentabilidad. Estos inversores, entre los que se encuentran empresas y fondos nacionales e internacionales, desembolsaron el año pasado 184 millones de euros en ocho grandes operaciones hoteleras en la provincia, según explicó ayer a este diario Gonzalo Gutiérrez, analista del departamento de hoteles de la consultora Irea, que ayer presentó en Madrid la *Radiografía del Mercado de Inversión Hotelera en España en 2016*. Es una cantidad inferior a los 223 millones de euros que se contabilizaron en 2015, pero Gutiérrez resaltó que ese año se batieron todos los récords de inversión en España por lo que el volumen de 2016 "ha sido muy bueno".

Irea contabiliza la inversión en la compraventa de hoteles ya existentes, edificios para recon-

vertir o suelos para hotel, pero no el importe de las posibles reformas que se realicen en cada establecimiento o proyecto. De las ocho operaciones en la provincia en 2016, seis fueron para la compra de hoteles en funcionamiento y dos para la reconversión hotelera de edificios que tenían otro uso anterior.

La capital es la que se lleva el gato al agua con la mitad de esos proyectos. El hotel Tryp Málaga Alameda ha vuelto a cambiar de dueño en apenas un año. Merliu Properties, que recientemente había comprado a Testa una cartera con varios hoteles en España en el que se incluye el malagueño, vendió ese paquete al fondo de inversor francés Foncière des Murs el 30 de diciembre, comunicándolo de forma oficial el 2 de enero. Merliu ha traspasado 19 hoteles en España al fondo galo por 535 millones de euros. Gutiérrez señaló que, además, se ha comercializado otro hotel en la capital pero que no puede desvelar el nombre ni el importe por una cláusula de confidencialidad. En Málaga capital, el grupo alemán Activum compró el Palacio del Marqués de la Sonora en la

Torremolinos prevé recibir más de 100 millones a partir de este año

El Ayuntamiento de Torremolinos informó ayer que, según lo patronal hotelera de la Costa del Sol (Aehcos), el municipio "recibirá a lo largo de 2017 en adelante más de 100 millones de euros de inversión hotelera". En este sentido, indicaron que a la reapertura en julio pasado del Hotel Palis las Palomas, tras una "intensa" reforma tanto interior como exterior del edificio de seis millones de euros, se sumó la apertura en el Paseo del Colorado del Luxury Hotel Costa del Sol, un establecimiento de 33 habitaciones y servicios de cuatro estrellas enfocado al seg-

mento de lujo. De ese modo, desde el Ayuntamiento, a través de un comunicado, señalaron que "Torremolinos no solo ha afianzado en 2016 su incontestable liderazgo como primer destino de la Costa del Sol y de Andalucía, con cerca de un millón de visitantes y cinco millones de pernottaciones, sino que afronta una de las mayores reconversiones y modernizaciones de su planta hotelera de las últimas décadas". Se añade la rehabilitación realizada a lo largo de 2016 de otros cuatro hoteles: el MS Amaragua, Natali, Aguamarina y el Hotel los Jazmines.

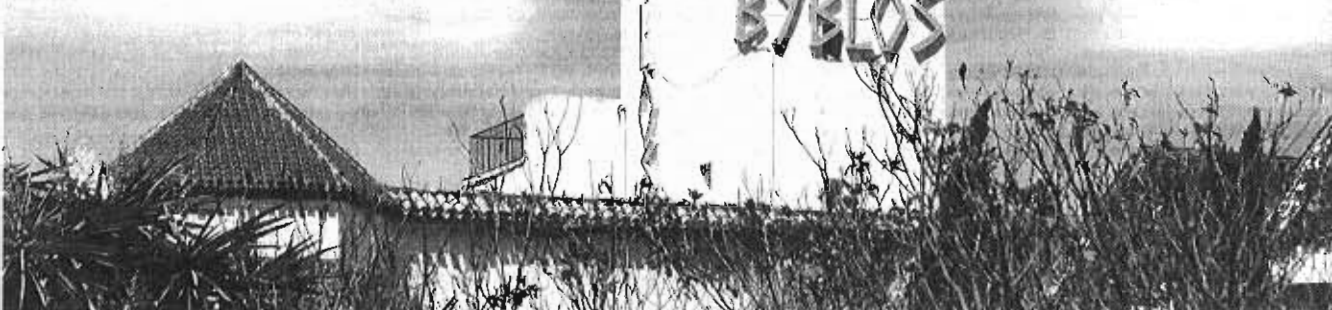
calle Granada para convertirlo en hotel y otro grupo adquirió el número 10 de la calle Larios con la misma finalidad.

En el resto de la provincia hubo otras cuatro grandes operaciones hoteleras en 2016. La más sonada fue la del hotel Byblos en Mijas, que fue adquirido por el grupo madrileño Ayco por 60 millones de euros para rehabilitarlo, abrirlo de nuevo y recuperar el turismo de lujo que se alojaba hace décadas en este establecimiento. El In-

El Tryp Alameda ha cambiado dos veces de dueño en apenas un año y ahora es francés

cosol, otro clásico, estaba en concurso de acreedores y fue adquirido por una sociedad del banco Sabadell llamada Hji Partners, para reflotarlo por 20 millones de euros. Por otra parte, un grupo nacional compró el hotel Las Palomas en Torremolinos y el hotel Costa Park de Torremolinos, con 388 habitaciones, también se incluyó en el paquete que Merliu ha vendido al grupo francés.

Gutiérrez prevé que el 2017 sea positivo pues "se ha vendido el Vincer Estrella del Mar por encima de los 20 millones de euros y hay otras operaciones que se están analizando, por lo que se cerrarán este año". Este experto destaca que Málaga es el quinto destino más atractivo para los inversores hoteleros tras Madrid, Barcelona, Baleares y Canarias.



Vista de parte del hotel Byblos previa a su adquisición.

Málaga acoge este fin de semana el mayor foro internacional sobre turismo idiomático

Redacción MÁLAGA

Málaga acoge este fin de semana la celebración de Alphe Conference, el mayor encuentro internacional dedicado al turismo idiomático; unas jornadas que se celebran cada año en diversos puntos del planeta (Corea del Sur, Japón, Taiwán, Taiwán, Brasil, Reino Unido,

Alemania y Rusia) y que tendrán lugar en la capital. A estos países se sumó hace dos años España y debido al éxito logrado por tercera vez consecutiva Málaga es la sede de esta edición. Es más, debido al éxito de inscripción en estas tres primeras ediciones, el organizador del encuentro, Stephen Roberts, ya ha anunciado que Alphe Conference

también se celebrará el próximo año en Málaga, entre los días 12 y 14 de enero y se están barajando fechas para los siguientes tres años. Roberts explicó que ST Alphe España se ha establecido rápidamente como uno de los eventos más importantes del calendario internacional de la educación "y estamos encantados de recibir a más

educadores y agentes escolares este año". "Se trata de una gran noticia para Málaga, ya que Alphe Conference reúne a escuelas de todo el mundo con agencias de viajes españolas y de otros 37 países", dijo.

Las jornadas, organizadas por Study Travel Ltd, gracias a la petición realizada en su momento por la Asociación de Centros de Espa-

ñol (ACEM), cuentan con el patrocinio del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, Turismo Costa del Sol y la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Según Roberts, "el apoyo local ha sido excelente y ha ayudado a que el evento sea un éxito, así que nuestra gratitud a todos ellos". En principio, está previsto que en el *workshop* que se celebra en el hotel NH Málaga participen un total de 401 delegados de todo el mundo (más de 180 agentes, 158 educadores y otros profesionales del sector procedentes de Europa, Asia e Iberoamérica).

Opinión

TRUMP Y SU TEMIBLE POLÍTICA INDUSTRIAL



Dani Rodrik

Profesor de Economía Política Internacional en la Escuela de Gobierno John F. Kennedy de la Universidad de Harvard y autor de "Economics Rules: The Rights and Wrongs of the Dismal Science"

Donald Trump, presidente electo de EEUU, todavía no ha asumido el mando, pero desde su sorprendente victoria de noviembre su lamentable retórica en política industrial ha estado a la vista de todos.

Apenas pasaron unas semanas y Trump ya había reclamado una victoria. Mediante una mezcla de incentivos e intimidaciones logró que la empresa de calefacción y refrigeración Carrier manuviera algunas de sus operaciones en Indiana, "salvando" cerca de 1.000 empleos estadounidenses. Visitó tras ello la planta de Carrier, y desde allí advirtió a otras firmas estadounidenses de que les impondría fuertes gravámenes si trasladan sus plantas al exterior para reimportar sus productos desde ellas.

Su cuenta de Twitter ha abundado en comentarios del mismo tipo. Se ha puesto la medalla por la decisión de Ford de mantener en Kentucky una planta del modelo Lincoln, en lugar de abrirla en México. Ha amenazado a General Motors con aplicar aranceles de importación si sigue importando Chevrolet Cruces desde México en vez de fabricarlos en EEUU. También ha atacado a empresas contratistas de defensa por sus sobrecostes, reprimiendo a los gigantes aeroespaciales Boeing y Lockheed Martin en diversas ocasiones por producir aviones demasiado caros.

El estilo de las políticas de Trump representa una gran fractura con respecto al de sus predecesores. Es altamente personalista y temperamental. Depende de amenazas e intimidaciones. Tiende a las fanfarronadas, la exa-

geración y las mentiras sobre acontecimientos reales. Es una especie de espectáculo público que tiene a Twitter como escenario y corroe profundamente las normas democráticas.

Los economistas tienden a recomendar una relación de independencia entre los gobiernos y las empresas. Se supone que los funcionarios públicos deben evitar tener vínculos con las firmas privadas para no caer bajo sospechas de corrupción o favoritismos. Es un principio importante en EEUU, que se viola más a menudo de lo que se observa. Un ejemplo evidente es la innegable influencia sobre el Gobierno estadounidense de los grandes magnates financieros en las últimas tres décadas.

La historia del desarrollo económico de EEUU está marcada por asociaciones y alianzas pragmáticas entre los sectores público y privado, más que por reglas rígidas y separación de esferas. Como nos han recordado los economistas y analistas financieros con perspectiva historicista como Michael Lind, Stephen Cohen y Brad DeLong, Estados Unidos es heredero de una tradición hamiltoniana en que el Gobierno federal proporciona la inversión, la infraestructura, la financiación y otros apoyos que requiere la empresa privada.

La innovación tecnológica estadounidense debe tanto a programas estatales específicos, como las compras públicas o la ayuda crediticia, como a la habilidad de sus inventores y emprendedores. Como hace notar el profesor de la Escuela de Negocios de Harvard Josh Lerner, algunas de las compañías tecnológicas más dinámicas de EEUU, como Apple e Intel, recibieron apoyo financiero del Ejecutivo antes de pasar a transarse en la bolsa. El

fabricante de coches eléctricos Tesla se benefició del mismo programa público de garantías crediticias que Solyndra, la compañía de paneles solares que quebró en 2011 en un espectacular colapso público. Como ilustra el ejemplo de Solyndra, muchas iniciativas públicas fracasan, pero la prueba última es si la rentabilidad social de la cartera sobre la que se invierte es positiva, considerando como un todo los éxitos y los fracasos. Las evaluaciones así de generales tienden a ser escasas, pero un análisis determinó que los programas estadounidenses destinados a mejorar la eficiencia energética habían producido beneficios netos positivos. Es interesante notar que la mayor parte de los beneficios se podían atribuir a tres proyectos relativamente modestos.

Los sociólogos Fred Block y Matthew Keller han proporcionado el que es quizás el mejor análisis del "Estado desarrollista" de EEUU, una realidad que, según señalan, ha sido opacada por la ideología fundamentalista de mercado predominante. Block y Keller describen cómo una "red descentralizada de laboratorios con financiación pública" y una "sopa de siglas" de iniciativas de financiación, como el programa de Investigación para la Innovación en la Pequeña Empresa (SBIR), colaboran con las firmas privadas y las ayudan a comercializar sus productos. Tanto ellos como sus colegas han documentado el amplio papel de los gobiernos federal y estatal en apoyo de las redes colaborativas sobre las que se basa la innovación, ya sea en los ámbitos de la biotecnología, las tecnologías ecológicas o la nanotecnología.

Por supuesto, esas políticas industriales basadas en una estrecha colaboración y coordi-

nación entre los sectores público y privado han sido el sello distintivo de la formulación de políticas del Este asiático. Es difícil imaginar la transformación de China en una potencia manufacturera sin la ayuda y guía del gobierno chino. A diferencia de China, por supuesto que EEUU pretende ser una democracia, y en ella las políticas industriales exigen transparencia, rendición de cuentas e institucionalización. Es necesario calibrar cuidadosamente la relación entre el gobierno y las firmas privadas. Las agencias de gobierno deben ser lo suficientemente cercanas a las empresas privadas como para obtener la información necesaria acerca de las realidades tecnológicas y de mercado en la práctica. Por ejemplo, ¿cuáles son las razones fundamentales de la pérdida de empleos de manufactura en el sector automotor y qué pueden hacer los gobiernos para ayudar, si es que pueden hacer algo? No pueden acercarse tanto a las firmas privadas como para acabar a sueldo de ellas o, en el otro extremo, simplemente ordenarles qué hacer.

Y allí es donde la política industrial de Trump no pasa la prueba. Por una parte, sus nombramientos en cargos económicos clave indican que tiene pocas intenciones de cortar los lazos del Gobierno con Wall Street y las grandes finanzas.

Por otra parte, su formulación de políticas a golpe de tweets sugiere que no le interesa mucho desarrollar el diálogo institucionalizado, con todas las salvaguardas necesarias, que requiere una política industrial sólida. Esto significa que cabe esperar que la política industrial del gobierno de Trump oscile entre la ambigüedad y la intimidación. Puede que algunos se beneficien, pero hará muy poco por la abrumadora mayoría de los trabajadores estadounidenses o la economía como un todo.

Project Syndicate

La estrategia del Gobierno de EEUU oscila entre la ambigüedad y la intimidación

MITOS DEL TURISMO ESPAÑOL



Ignacio Vasallo

Exdirector de Turismo

Madrid acogió el llamado *Summit Shopping Tourism and Economy* (Reunión sobre Turismo de compras). En él se presentó un estudio realizado por EX, titulado *Mitos del turismo en España*, que nos intenta convencer de que las creencias dominantes en el sector están basadas en falsas premisas, mediante la técnica de crear la historia para después desmentir lo que uno mismo ha creado. Los mitos son: somos un destino líder, con una propuesta de valor única, que crecemos en el mercado internacional, en el que captamos clientes con alta capacidad de gasto; el nuestro es, además, un mercado prioritario en viajes a Europa desde mercados lejanos. El turismo sería clave para España, que está preparada para este crecimiento con una oferta que gusta a todos.

Según EX, nuestra imagen está ligada al sol y playa, al fútbol y a los toros, la promoción es

escasa y descoordinada, captamos una cuota mínima de los turistas de larga distancia (solo el 1,2 por ciento del total) y estamos muy alejados de Francia o Gran Bretaña en el turismo de compras, que procede sobre todo de China. Por otro lado, la conectividad es escasa y nos falta mucho para poder acoger dignamente un turismo de alto consumo.

Para ello piden una nueva orientación de la marca España, un cambio de mentalidad en la gestión del destino y un mayor compromiso e inversión. Resumiendo: que se gaste menos en promover nuestros destinos de sol y playa y que esos recursos se desvíen a la captación de turistas "de calidad", procedentes de China y otros mercados lejanos que es donde El Corte Inglés, Iberia y la Comunidad de Madrid tienen puestas sus esperanzas.

Sin embargo hay otros mitos, en mi opinión los de verdad, que nos harían ver las cosas de

otra manera. Somos el tercer país del mundo en turismo. Estamos detrás de EEUU, pero no de Francia en ingresos y pernoctaciones.

Ciento veinte millones de turistas chinos viajan al extranjero. El 70 por ciento van a la otra China (Hong Kong, Macao, Taiwán); otro 20 por ciento, al sudeste de Asia y solo el 6 por ciento a Europa o EEUU. Es decir, el mercado emisor turístico chino es todavía muy pequeño a nuestros efectos. Crece rápido, pero ese crecimiento se distribuye proporcionalmente. Este año vendrán a España 400.000 turistas chinos y en el año 2020 un millón, de acuerdo con el Plan China de 2010. La realidad es que según los datos chinos y de otras fuentes no llegan ni a la mitad: unos 60.000 en vuelos directos y una cantidad similar a través de otras conexiones.

Cada turista chino gasta en cada compra 650 euros, lo que un inglés en una semana. Es

posible que algún turista chino, muy pocos, gaste esas cifras, pero la mayoría son de clase media y cuidadosos con el gasto. Es cierto que gastan mucho más en compras que en alojamiento y su gusto está concentrado en Madrid y Barcelona, por lo que no aportan prácticamente nada al resto del sistema turístico español. En total, los chinos gastan en España menos que los argentinos y 20 veces menos que los británicos.

El turismo de sol y playa es de bajo consumo frente al de países lejanos que es de "calidad". Si cambiamos el modelo centrándonos en los mercados lejanos y en el turismo cultural, mejorará notablemente la rentabilidad.

Lo cierto es que tenemos un modelo altamente eficiente, que lo que necesita es un continuo ajuste para mantener la competitividad, como de hecho está ocurriendo. Nuestra propuesta de venta única es clara: destinos con buen clima, cercanos a los mercados de origen a buen precio. Secundariamente, está muy bien que algunos destinos como Madrid y Barcelona capten clientes procedentes de Asia, pero no a costa de olvidarnos de dónde nos jugamos nuestro presente y nuestro futuro.

Contamos con un modelo eficiente que lo que necesita es mantener la competitividad