



cem

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 9 DE FEBRERO DE 2017



El alcalde interviene en el restaurante Hispania Londres anoche. :: RITO SALAS

Málaga se presenta en Londres como ciudad de negocio ante grandes compañías

El alcalde, el rector y el director de la Fundación Unicaja participan en el I Foro Internacional de SUR, celebrado en la capital británica

LONDRES. «Hemos venido a Londres para trasladar el mensaje de una ciudad genial, hospitalaria, atractiva como pocas en el mundo para vivir, invertir y trabajar en ella». Con estas palabras del alcalde, ratificadas por el rector de la Universidad, se puede resumir 'Málaga open for business', título elegido para el primer foro internacional de SUR, que se celebró anoche en el restaurante Hispania Londres con asistencia de casi cien personas, la inmensa mayoría directivos de alta responsabilidad de empresas ubicadas en la City. El acto, conside-

PEDRO LUIS GÓMEZ
Enviado especial

plgomez@diariosur.es



rado por el propio alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, como «uno de los más importantes que ha realizado la ciudad en su historia en el ámbito de presentar su oferta como lugar para trabajar y vivir», tiene en la capital británica un doble sentido por el 'brexit', o lo que es lo mismo la próxima salida de Gran Bretaña de la Unión Europea, lo que moverá a muchas empresas británicas a buscar nuevo acomodo en países de la zona euro o abrir delegaciones que faciliten el mantenimiento de su estatus actual a nivel comercial. Málaga y SUR contaron como gran aliado en este acto con Mario García, CEO de Sequel Business Solutions, en un evento que tuvo dos partes muy definidas: una

primera en la que Málaga presentó sus ventajas y bondades para que se ubiquen en ella empresas de Gran Bretaña, en la que intervinieron el director de SUR, Manuel Castillo; el director de la Fundación Unicaja, Sergio Corra; el referido Mario García; el rector de la Universidad, José Ángel Narváez, y el propio alcalde, que en síntesis señalaron que Málaga se presenta con la mejor oferta para captar empresas por múltiples motivos, pero entre ellos se resaltó la potencialidad de la Universidad de Málaga

como referente dentro de las carreteras técnicas, el atractivo cultural y turístico de la capital de la Costa del Sol, y sin duda su gran transformación urbana, así como la ventaja de unas magníficas infraestructuras entre las que destacan la alta velocidad en tren y el gran número diario de vuelos que conectan al aeropuerto Pablo Ruiz Picasso con ciudades inglesas, especialmente con la capital londinense. La segunda parte fue un cóctel cena de pie en el que todos los invitados y ponentes tuvieron oportunidad de dia-

logar e intercambiar opiniones. «Todo ha sido muy enriquecedor», especificó el rector de la UMA, quien acompañó su intervención con dos videos, uno de los cuales tuvo como protagonistas a directivos de grandes empresas del PTA que explicaron su relación y su trabajo con la institución docente malagueña. «En la nueva revolución llegada de la mano de las nuevas tecnologías, la Universidad de Málaga tiene mucho que decir, ofertar y aportar», resaltó José Ángel Narváez, quien no ocultó su satisfac-

¿Por qué Málaga?

Francisco de la Torre fue claro al explicar por qué elegir Málaga para vivir e invertir: «Accenture, Dekra, Ericsson, Fujitsu Ten, Google, Huawei, Eysight Technologies, Oracle y otras compañías internacionales ya saben la

respuesta y están aprovechando las ventajas que tiene Málaga para hacer negocios. Los bajos costes empresariales en términos de alquileres, costes laborales, crecimiento económico, creación de nuevas empresas que lideramos anualmente, crecimiento de la importación y exporta-

ción, situación geoestratégica privilegiada, un ecosistema completo para la innovación y el desarrollo de las empresas, junto con la extraordinaria calidad de vida de la ciudad y la alta cualificación de los trabajadores hacen de Málaga uno de los mejores destinos para la localización em-



Sergio Corral, en su intervención. :: RITO SALAS



Manuel Castillo, director de SUR. :: RITO SALAS



El rector de la UMA, José Ángel Narváez. :: RITO SALAS

ción y sorpresa por el nivel del foro: «Pocas veces se podrá presumir de un auditorio como el que hemos tenido aquí», señaló Francisco de la Torre. En parecidos términos se expresaron Sergio Corral y Manuel Castillo. El director de SUR enfatizó lo que suponía este primer foro internacional del diario, «que nace con vocación de continuidad». «SUR tiene una gran ventaja respecto a otros medios, y es su dilatada presencia internacional en el ámbito del turismo y en fetas de agroalimentación y calidad de vida, pero también porque cuenta con el apoyo y la fuerza de sus ediciones en inglés, alemán y ruso, líderes en difusión en el ámbito de la prensa española en sus respectivos idiomas, y en el caso de SUR in English con casi 35 años de historia».

El máximo responsable de la Fundación Unicaja aprovechó su intervención para explicar el buen momen-

to socioeconómico que atraviesa Málaga y el papel que juega Unicaja en el tejido económico de toda Andalucía. «Somos un banco líder que quiere ayudar a la tierra en la que tuvo su origen a superar cotas y logros, y creo humildemente que lo estamos consiguiendo». Sergio Corral añadió que el «despegar de Málaga coincidió con la consolidación de Unicaja, allá por 1992».

Francisco de la Torre presentó a Málaga como «el mayor y mejor destino para la inversión empresarial de la nueva sociedad digital», para destacar los aspectos históricos y turísticos de la ciudad, así como sus ventajas y virtudes, deteniéndose en la luz, algo que en Londres tiene un especial valor para quienes viven aquí por sus carencias al respecto. «Hay un lugar que el Mediterráneo halaga, donde la tierra pierde su valor elemental. Donde el agua matina desciende al menester de esclava y con-

vierte la líquida amplitud en un espejo reverberante, que refleja lo único que allí es real: la Luz», dijo parafraseando a Ortega y Gasset.

Empresas

Tras presentar las características de la ciudad, el alcalde se detuvo en el tema empresarial: «Quiero subrayar ante ustedes el carácter innovador, emprendedor y tecnológicamente avanzado de nuestra ciudad y la apuesta por el talento que la ciudad viene haciendo desde hace años. Eso se traduce en once aplicaciones para móviles desarrolladas en Málaga para el

El alcalde puso el énfasis en el potencial tecnológico de la ciudad

transporte público, aparcamientos, estaciones de bicicletas públicas, información sobre playas, oferta cultural, turística, etcétera, y en cinco importantes proyectos de Smart cities en la ciudad», de cuyo proyecto se emitió un vídeo.

Tras resaltar las facilidades de conexión aérea con Gran Bretaña, De la Torre tuvo palabras de elogio para la Universidad de Málaga, «una universidad moderna y puesta al día, especializada en TIC»; para el Parque Tecnológico de Andalucía y para empresarios como Mario García, CEO de Sequel, de quien elogió y agradeció que haya elegido el Centro de Málaga para ubicar una subse de la que está considerada como «una de las empresas de software más importantes de Europa», donde sus 75 empleados, técnicos de alta cualificación, realizan el desarrollo de los mismos.

De la Torre finalizó incidiendo en las excelentes relaciones que hay entre Málaga, la Costa del Sol y Gran Bretaña e invitó a todos los asistentes a que conozcan la Málaga de hoy y les animó a invertir en nuestra ciudad. Como acto de cierre, el alcalde agradeció a SUR su implicación en este proyecto, así como a su concejala María del Martín Rojo, responsable de Nueva Economía, a Unicaja y a la Universidad, a la vez que entregó una placa de recuerdo y gratitud a Mario García.

presarial. Desde el gobierno municipal, a través del Área de Economía Productiva, que cuenta con una oficina del inversor, ofrecemos respuesta a las principales inquietudes empresariales a la hora de decidir localizarse o invertir: estabilidad política, seguridad jurídica, agilidad en la

tramitación, una plataforma virtual donde se concentra toda la información para inversores (www.forinvestormalaga.com), y un servicio de 'softlanding' que hace más fácil la implantación de la empresa». «Por algo (concluyó), el 'Financial Times' eligió Málaga como octava mejor ciu-

LAS FRASES

Francisco de la Torre

«Málaga es la mejor ciudad para invertir en nueva economía»



El alcalde resalta las virtudes de la ciudad y «su luz», así como su proyección internacional.

José Ángel Narváez
Rector de la UMA

«Las nuevas tecnologías son uno de los grandes activos de la UMA»



Los vídeos proyectados por la Universidad muestran su colaboración con los empresarios

Sergio Corral
Director de la Fundación Unicaja

«El despegue de Málaga coincide con la consolidación de Unicaja en 1992»



El directivo defiende que el momento de Málaga es uno de los más interesantes de los últimos tiempos

Manuel Castillo
Director de SUR

«Actos como éste de Londres demuestran nuestro compromiso con la sociedad»



El director del periódico señala que estos foros internacionales nacen con vocación de continuidad

Mario García
CEO de Sequel

«Málaga está aprovechando su oportunidad, sin duda»



El ejecutivo malagueño destaca la importancia y calidad del foro celebrado anoche en el Hispania

El tropical muestra su fortaleza en Berlín con los mejores resultados de su historia

AGUSTÍN PELÁEZ
Especializado



apetaez@diariosur.es

Frutas Montosa, Reyes Gutiérrez, Trópico Spain, Tropical Millenium o Trops baten récords de facturación gracias a sus exportaciones

BERLÍN. El aguacate lleva ya varios años siendo la fruta del momento en Europa, el gran mercado exterior del sector tropical malagueño, donde el consumo no deja de crecer. Algo similar sucede con el mango, la segunda fruta estrella del tropical de la provincia. No en balde, Europa es el segundo gran importador de aguacate del mundo (400.000 toneladas en 2016) y el primer destino en mango con un volumen de fruta similar. Ese interés por ambos productos está facilitando que las comercializadoras malagueñas no dejen de crecer.

Los resultados económicos de las exportadoras de frutas tropicales con sede en la provincia no pueden ser más espectaculares. Frutas Montosa ha cerrado 2016 con 22 millones de euros más respecto al año anterior, al pasar de los 79,7 millones de 2015 a los 102,3 del ejercicio que acaba de concluir, lo que supone un nuevo récord para la firma malagueña. El grupo Frutas Reyes Gutiérrez (Reyes Gutiérrez, Reyes Gutiérrez Francia y Avomix) confía, por su parte, en alcanzar los 60 millones, el doble que hace sólo dos años.

Natura! Tropic, aunque no asiste con expositor a Fruit Logística, ha pasado de 22 millones en 2015 a 32 en 2016. La situación no es muy diferente para Trópico Spain, todo un ejemplo de crecimiento al multiplicar también por dos su facturación en apenas tres años y alcanzar los 28,7 mi-

llones de euros en el último ejercicio. La joven firma malagueña inició su andadura en 2012.

Tropical Millenium, que se ha especializado también en la comercialización de papaya, ha incrementado sus cuentas un 20 por ciento, pasando de los 18,3 millones de euros de 2015 a 22 en el último año. Trops, que sigue aumentando en número de socios y volumen de fruta, confía en superar los 80 millones, frente a 72 en su última anualidad. La alta demanda, los buenos precios de ambas frutas en origen y el incremento del consumo están favoreciendo la aparición de nuevas empresas, tanto que actualmente, unas 30 intentan hacerse con una parte del pastel del negocio del tropical.

Fruit Logística de Berlín es estos días el lugar de encuentro de muchas de estas firmas malagueñas, aunque sólo cinco acuden con expositor propio mostrando su fortaleza e inten-

tando mejorar sus resultados en un mercado en el que la fruta de Málaga cuenta con un enorme prestigio. También se ha sumado al negocio de las frutas tropicales y así lo muestra en Berlín, Tana, especializada en la producción y comercialización de limones y pomelos, en ecológico y convencional, en un intento de aprovechar los canales de comercialización que ya tiene para sus cítricos. Con más de 50 años de experiencia Tana exporta cerca del 60% de los 60 millones de kilos de limones y pomelos en fresco que comercializa al año. Aunque no es productora de aguacates y

mangos, la compañía, incorporó hace ya un año las frutas tropicales a su cartera de productos.

Para el director general de Frutas Montosa, Federico Montosa, el buen momento de la industria del tropical es consecuencia de las bondades de los propios productos y a los altos precios que están manteniendo. Montosa volvió a insistir ayer en la necesidad de resolver el problema de la falta de agua si Málaga quiere seguir siendo una referencia en tropicales. Según el gerente de Tropical Millenium, Miguel Páez, el campo malagueño tiene la suerte de que el aguacate es

El sector atribuye el éxito al aumento de la demanda y a los buenos precios de la fruta

Las empresas coinciden en señalar como necesario un aumento de la producción

el único producto que está aumentando en volumen, en consumo y en precio, en parte por sus cualidades culinarias y nutritivas.

Además las perspectivas de futuro son «excelentes». Al menos, así lo aseguró el gerente de Trops, Enrique Colilles, para quien hay que aumentar la producción para que la provincia no pierda peso en el mercado como única zona productora de Europa.

La consejera de Agricultura, Carmen Ortiz, afirmó ayer en Fruit Logística que entre enero y noviembre de 2016 Málaga se situó como tercera provincia andaluza con mayor valor exportado de frutas y hortalizas. Las exportaciones hortofrutícolas de provincia superaron los 330 millones de euros (150.000 toneladas). Los principales productos exportados en los once primeros meses de 2016 fueron los aguacates, con 178 millones de euros, seguido de los mangos (32 millones); limones (24,5) y tomates en cuarto lugar, con 16 millones.

Ortiz, que estuvo acompañada por la consejera delegada de Extenda, Vanessa Bernad, en su recorrido por Fruit Logística para apoyar a las empresas andaluzas, dijo que Málaga es un referente en Europa en tropicales que ha demostrado su vocación exportadora y se está abriendo mercados.



El equipo directivo y comercial de Tropical Millenium, ayer en su 'stand' de Fruit Logística. :: A. PELÁEZ

El sector de alojamiento de Málaga aúna una estrategia para crecer de forma sostenida

El Ayuntamiento tiene en marcha un estudio para evaluar la capacidad de carga de la ciudad y la oferta alojativa para garantizar la convivencia entre residentes y turistas

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. La ciudad de Málaga se mantiene en los últimos ejercicios como el destino urbano del país con un crecimiento mayor de turistas. Un repunte que ha ido paralelo a un destacado aumento de la oferta alojativa, en sus diferentes formas de hoteles, apartamentos o viviendas con fines turísticos, y cuyo crecimiento debe ser sostenido para evitar los problemas de saturación o sobreoferta que presenta Barcelona. Para trazar esta hoja de ruta con la que garantizar que la capacidad de carga del destino se acompaña a la de la oferta de alojamiento y ambas garantizan una convivencia en armonía entre el residente y el turista, ayer se reunieron por primera vez en el área de Turismo los responsables de las diferentes asociaciones que representan a los segmentos alojativos. Una iniciativa que valoraron y que consideraron fundamental para anticiparse a los problemas que puede desencadenar un crecimiento descontrolado. «Todos coincidimos en que vendemos lo mismo, permocaciones, y, por lo tanto, vamos todos a una», dijo el presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), Luis Callejón Suñé, tras compartir propuestas con responsables de la Asociación de Viviendas Vacacionales de Andalucía (AVVA), Carlos Pérez Lanza; la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT), José Carlos Escibano; y la Asociación de Viviendas y Aparta-

mentos Turísticos (Apartsur), Alejandro Rivero. Estos responsables apuntaron al director de Turismo de Málaga, Javier Hernández, que con esta mesa de trabajo Málaga se convierte en la primera ciudad de España que aglutina a todo el sector alojativo en busca de un avance sostenible de la capital de la Costa del Sol.

Esta cita es sólo el comienzo de un línea de trabajo que se retomará próximamente, una vez que el Ayuntamiento tenga terminado un informe, en el que ya trabaja, para evaluar la capacidad de carga del destino, la evolución de la oferta de alojamiento y señalar las zonas de mayor concentración y las de mayor potencial de expansión. «El encuentro es un ejercicio de responsabilidad del sector en el desarrollo de un modelo de ciudad sostenible social, económica y in-

edioambiental», dijo Escibano, que apuntó que el reto es que el turismo siga siendo y siga estando percibido como «un valor que aprecia tanto el viajero como el residente», precisó.

El entendimiento dominó el encuentro de más de una hora en el que desde el Ayuntamiento explicaron que «tanto los hoteleros como los representantes de las asociaciones de viviendas turísticas han coincidido en que, una vez aprobado el decreto que regula este sector en Andalucía, es necesario trabajar de forma conjunta para que la sostenibilidad del destino no se vea perjudicada». Además, avanzaron que «en línea con los objetivos del Plan Estratégico, se ha establecido que es necesario distribuir de forma equitativa y transversal los beneficios que genera el turismo y lograr una mayor sensibiliza-

ción sobre los beneficios de esta actividad, favoreciendo la complicidad de la ciudadanía».

Pérez Lanza destacó la importancia de este encuentro que consideró que era necesario y que «estamos en un buen momento para planificar».

Según Turismo, sólo seis meses después de la aprobación del decreto andaluz, en la ciudad de Málaga estaban registradas un total de 3.787 viviendas turísticas, de las que el 66,7% se encuentran en el distrito Centro. Por otro lado, actualmente se encuentran registrados en la ciudad 290 alojamientos (hoteles y apartamentos), con 14.304 plazas. El concejal de Turismo, Julio Andrade, defendió el modelo de ciudad. «El turismo crea riqueza y es responsabilidad de todos saberlo aprovechar y corregir los aspectos negativos», dijo.



Mesa de trabajo con responsables del conjunto de la oferta alojativa. :: sur

Evaluarán las emociones del turista durante su visita al Caminito del Rey

La gestora del enclave va a realizar un estudio con el que identificarán las diferentes sensaciones del visitante en cada tramo del recorrido

:: FERNANDO TORRES

ARDALES. La gerencia del Caminito del Rey va a llevar a cabo un estudio de 'neuromarketing' para mejorar la experiencia del visitante. Según explicó ayer Francisco Campano, responsable del enclave, la investigación consistirá en «monitorizar a través de unas gafas de 'eye tracking' -seguimiento del movimiento del ojo- las sensaciones que tiene cada persona durante el recorrido». La fi-

nalidad de este proceso es averiguar qué tramos resultan más emocionantes o dan más miedo, con el objetivo de «mejorar las zonas con peores resultados».

El estudio, que comienza hoy y durará hasta el sábado, se completa con una segunda prueba, ya fuera del recorrido, para perfeccionar al máximo la experiencia del usuario. Los participantes visionarán una serie de imágenes clave del trayecto, mientras que los investigadores del Laboratorio de Aplicaciones de Neuromarketing Fusión Comunicación & Estrategia recabarán otros datos al margen del movimiento ocular. A través de una diadema de sensores monitorizarán la respuesta cerebral de los sujetos para profundizar en la

percepción de la atracción turística. La muestra utilizada para el estudio está estratificada y seleccionada atendiendo a los perfiles de clientes representativos.

La tecnología de las gafas que se empleará en el estudio permite identificar qué llama la atención al visitante de manera consciente e inconsciente. Incluso es capaz de aportar datos sobre los elementos del recorrido que pasan desapercibidos a lo largo de los tres kilómetros de caminito. Toda la información obtenida se completará con una breve encuesta sobre aquellas sensaciones percibidas de forma consciente y el nivel de atención conseguido por los elementos más importantes de la atracción turística.

Esta investigación contempla no sólo verificar el impacto visual y emocional de la propia visita, sino que tratará de describir la experiencia al completo. Algunos de los participantes del estudio llevarán las gafas de seguimiento ocular desde que salen de su casa en dirección al enclave. «La idea es ver cómo es el trayecto por carretera, para comprobar que la señalización es correcta». Las visitas guiadas también serán objeto de análisis, para que sean más enriquecedoras e interactivas para el turista. La señalética de las instalaciones del parque también se analiza, así como todo lo relativo a la información y accesos actuales al Caminito del Rey.

Campano cataloga esta investigación como «un paso importante» hacia la mejora del enclave, y un avance evidente en el uso de las nuevas tecnologías en favor de la atracción turística, dando un salto cualitativo. «Creemos que puede llevarnos a implantar importantes mejoras en la gestión actual», dijo.

Empresarios solicitan más presencia policial en las zonas comerciales de Torremolinos



ALBERTO GÓMEZ

En Twitter: @Agalmadrid

TORREMOLINOS

La ACET reclama patrullas estáticas en varios puntos del municipio, como la plaza de La Nogalera o la calle San Miguel, para evitar robos con violencia

Los propietarios de negocios en Torremolinos reclaman más presencia policial en las zonas comerciales del municipio. Un nutrido grupo de miembros de la Asociación de Em-

presarios y Comerciantes (ACET) ha trasladado esta petición al comisario de la Policía Nacional, Julio Ros, y al inspector jefe de la Policía Local, Rafael Fontalba. Durante un encuentro promovido por el presidente de la ACET, Juan Vallejo, los empresarios solicitaron patrullas policiales estáticas en determinados puntos de la ciudad y la identificación y control de las bandas organizadas que cometen robos, a menudo con violencia y a turistas extranjeros, en enclaves como la plaza de La Nogalera, la Cuesta del Tajo o la plaza Adolfo Suárez.

Los comerciantes también solicitan la instalación de bolardos a la entrada de calle San Miguel para evitar alunizajes, el procedimiento consistente en estrellar un vehículo contra el escaparate para romper la luna y facilitar la rápida entrada de los ladrones. Desde la ACET asegu-

ran que las informaciones publicadas en los últimos días en redes sociales y en algunos medios de comunicación locales sobre agresiones y ajustes de cuentas «solo provocan una alarma innecesaria y no reflejan la realidad». Fuentes municipales confirman que el número de denuncias por robos en Torremolinos «ha disminuido», un dato que en algunas zonas, como en La Nogalera, no resulta un indicador fiable por el bajo porcentaje de víctimas que acuden a la comisaría. La Confederación Española de Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales (Colega)

Los comerciantes piden la identificación y el control de las bandas organizadas que actúan en el municipio

considera que, aunque no están tipificados como delitos de odio, estos ataques «tienen un claro componente homófobo», ya que los delincuentes saben que la posibilidad de ser denunciados disminuye «por vergüenza o miedo».

Durante el encuentro organizado por la ACET, representantes de la Policía Nacional y Local aseguraron haber detenido a varios componentes de las bandas de ladrones que actúan en Torremolinos e incidieron en la importancia de interponer denuncias y de avisar a los servicios de emergencia, además de recomendar la instalación de sistemas homologados en los establecimientos. La sensación de inseguridad se agrava en negocios como las joyerías y las discotecas, cuyos clientes suelen ser objetivos prioritarios para estos delincuentes. «El número de robos y agresiones producidos en Torremolinos ha disminuido y la difusión de informaciones falsas sobre un tema tan delicado solo perjudican al municipio, pero siempre hay que mejorar en el refuerzo de la seguridad», explica Vallejo.

Varios empresarios de La Nogalera ya confirmaron a este periódico que preparan una batería de medidas como la instalación de cámaras de vigilancia, la contratación de seguridad privada en todo el entorno o la ubicación de coches de guardia en puntos estratégicos.

Azúcar a ocho céntimos y leche a 0,14 euros

La Fundación La Caixa, los colegios profesionales y Maskom se unen al Ayuntamiento para poner en marcha trece economatos sociales

:: FRANCISCO GUTIÉRREZ

MÁLAGA. Azúcar a ocho céntimos y el litro de leche a 0,14 euros. Son los precios que familias en situación de necesidad abonan en los economatos municipales. Los paquetes de pañales se pueden adquirir a 1,10. La pasta sale a diez céntimos y a 0,34 el papel higiénico (24 unidades). La leche de continuación para los bebés, que en el mercado cuesta 12 euros, aquí se puede adquirir por 1,70. Los economatos sociales son una realidad y durante este mismo mes serán 13 distribuidos por los barrios de la capital, cuatro más que en la actualidad. A la iniciativa municipal de apoyo a las familias que atraviesan problemas económicos se han unido la Fundación La Caixa, algunos colegios profesionales de Málaga y la empresa de distribución Maskom.

El Ayuntamiento sacó a concurso la convocatoria de subvenciones municipales a la que se podían presentar distintas asociaciones. La partida de subvenciones alcanza los 570.000 euros. Las entidades sociales compran los productos de primera necesidad y los distribuyen a las familias que acreditan estar en situación de necesidad. A principios de mes pagan entre 10 y 26 euros, según el número de miembros de la unidad familiar, y con esa tarjeta van retirando los productos, abonando solo el 25 por ciento de su coste.

A la presentación de esta iniciativa social acudieron el alcalde, Francisco de la Torre; el portavoz de Ciudadanos, Juan Cassá -este fue uno

de los acuerdos alcanzados con el PP para que Ciudadanos apoyara los presupuestos-; el director del área de Negocio de Málaga de La Caixa, Jesús Vega; el decano del Colegio de Abogados, Francisco Javier Lara; y el presidente de la cadena Maskom, Sergio Cuberos.

Los economatos ya están abiertos en barrios como Ciudad Jardín, Palma-Palmilla, Campanillas, zona Centro, Carretera de Cádiz, Cruz de Humilladero o El Palo. Los nuevos estarán en Palma-Palmilla, zona de Lagunillas, Bailén-Miraflores y Teatinos. No obstante, todas las perso-

nas necesitadas podrán acceder a los mismos, independientemente de su lugar de residencia. Con los 13 en funcionamiento se prevé atender a más de 13.000 familias.

La Fundación La Caixa ha decidido sumarse a este proyecto aportando recursos que son necesarios para la buena marcha de los economatos sociales, como equipos informáticos, impresoras o frigoríficos. Los colegios profesionales también se han sumado a la iniciativa con contribuciones económicas. Por último, empresarios, como Sergio Cuberos, fundador y presidente de Maskom,



La iniciativa se presentó en el Ayuntamiento. :: PEDRO J. QUERO

que se ha sumado a esta red de economatos como proveedor y efectuando donaciones de equipamiento específico que permite a las entidades beneficiarias la apertura de sus instalaciones.

Se trabaja fundamentalmente con

marcas blancas, sobre todo Altea -la que comercializa Maskom-. También se permiten algún 'capricho', como la Coca Cola original, que cuesta 0,36. «Algunos niños no la conocen», comentaba una voluntaria del economato de Ciudad Jardín.

Familias en situación de 'pobreza salarial'

Cada uno de estos economatos es atendido por una asociación. Son sus trabajadores sociales los que estudian cada caso y determinan si tienen derecho a beneficiarse de estos precios reducidos. Se trata de atender, según dijo el alcalde, situaciones de necesidad para que «ninguna familia malagueña quede excluida de la sociedad». Se atienden fundamentalmente los casos de la denominada 'pobreza salarial', personas que tienen ingresos, pero que no les permiten atender todas las necesidades básicas. En los casos de exclusión social (cuando no hay ningún ingreso) se puede solicitar el salario social y también beneficiarse de los bancos de alimentos, donde se ofrecen productos básicos sin coste alguno.

El solar frente a la Comisaría y la sede de la calle Palestina a cambio de Correos

● Son los inmuebles que ofrece la Junta para compensar que pase a tener uso hotelero ●
El trámite puede necesitar de casi un año

S. Sánchez MÁLAGA

El círculo diseñado por la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Málaga para que el antiguo edificio de Correos, justo en la conexión de la Avenida de Andalucía y la Alameda Principal, pueda albergar un hotel, sigue estrechándose. Casi ocho meses después de que la Administración autonómica activase el procedimiento para lograr el cambio de uso del inmueble,

Comisaría de la Policía Nacional, junto a la Plaza Manuel Azaña. Esta pastilla tiene una superficie de unos 6.000 metros cuadrados. Ante este planteamiento, el concejal de Ordenación del Territorio, Francisco Pomares, expuso el interés municipal por ir adelante con esta iniciativa, aunque incidió en la necesidad de recibir la propuesta formal y que los servicios jurídicos de Urbanismo la analicen para determinar si es o no suficiente.

Desde el inicio de las conversaciones entre las partes, la posición adoptada por el Ayuntamiento es favorable a los planes de la Junta. Y ello es clave para que prospere la modificación del uso urbanístico de Correos, indispensable para que la Junta pueda llevar a buen puerto la venta del inmueble. Una operación que, el propio delegado andaluz, confía en que sea posible impulsar dentro de este mismo año.

Ruiz Espejo admitió que durante los últimos meses sigue habiendo empresas interesadas en la adquisición de este inmueble para su conversión en hotel. Y ello a pesar de la anotación de embargo que pesa sobre el mismo tras el paso

30

Millones de euros. Es el valor de tasación que podría marcar la venta del edificio

ble, el acuerdo con el Consistorio parece algo más cercano. Aunque por el momento no está cerrado.

Para cumplir con las exigencias legales, la Dirección General de Patrimonio ha expuesto una propuesta de inmuebles propiedad autonómica con las que compensar la pérdida de metros cuadrados de equipamiento que supondrá el nuevo destino del



Vista del antiguo edificio de Correos.



Edificio de la calle Palestina.



Vista aérea de la parcela situada frente a la Comisaría de la Policía Nacional.

edificio. Según los datos aportados a este periódico por el delegado del Gobierno andaluz, José Luis Ruiz Espejo, el listado incluye un edificio en la calle Palestina, que durante años albergó las antiguas dependencias de la Gerencia de Urbanismo y que aún hoy tiene uso municipal, y la parcela situada justo enfrente de la

dado por la Diputación provincial de Málaga. El edificio fue entregado a la Junta por parte del Gobierno central como pago de la deuda histórica en marzo de 2010.

Para que se cumpla esta previsión, la maquinaria de Urbanismo, en el supuesto de aceptar la propuesta de compensación puesta sobre la mesa, ha de trabajar a

un ritmo alto. Sobre el particular, el gerente de Urbanismo, José Cardador, expuso que un trámite de este tipo, al afectar a un equipamiento, necesita del informe favorable del Consejo Consultivo de Andalucía. En caso de producirse, una modificación de estas características podría necesitar "de entre ocho meses y un año".

La convicción en el seno del Consistorio, como ocurre con la propia Junta, es que de prosperar un cambio de uso del edificio supondría un lastre mayúsculo para que vuelva a tener actividad. De acuerdo con lo expuesto desde el ente municipal, el inmueble permite su rehabilitación, aunque la misma tendría un coste que po-

dría superar los 10 millones de euros. La cuantía coincide con la adjudicación que en el año 2008 realizó el Gobierno a la empresa Vías y Construcciones para intervenir sobre el inmueble. Ese contrato, que nunca se materializó, se hizo por 11 millones.

El alto impacto económico de una intervención directa sobre la construcción, que requeriría de una importante transformación interior para el uso hotelero, se suma al alto precio que, de partida reclama la Junta por su enajenación. El mismo puede rondar los 30 millones de euros, conforme a la tasación que en su día se hizo en el proceso de transferencia del Estado a la Junta. Este edificio, que data del año 1980, consta de tres plantas en el cuerpo inferior y nueve plantas en la torre, con una superficie construida superior a los 17.000 metros cuadrados. El inmueble viene recogido, tanto en el Plan General de Ordenación Urbanística (PGOU) vigente como en la revisión del mismo, como Servicio de Interés Público y Social.

“Quiero que se reconozca la gran labor de los empresarios como generadores de empleo”

Felipe VI ensalza “el sentido de responsabilidad social puesto en práctica por las compañías”, que “contribuyen decisivamente al desarrollo económico de la sociedad y al mantenimiento del Estado de Bienestar, que mira por todos los ciudadanos”.

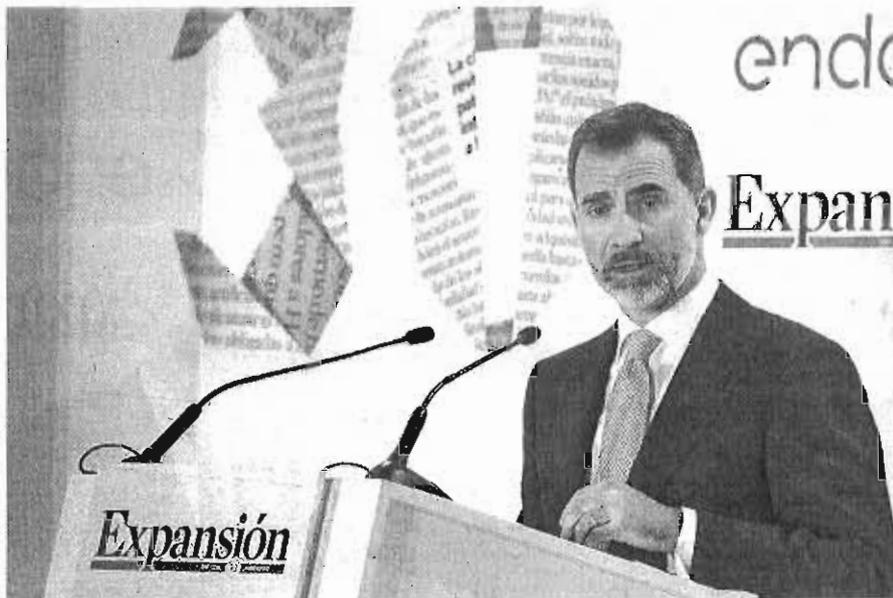
La celebración del 30 Aniversario del diario EXPANSIÓN nos permite recordar y subrayar el reconocimiento y la protección constitucional que merecen los derechos a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión, así como a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción. Este es esencialmente el sentido de nuestro compromiso hoy aquí, pues la labor periodística realizada desde esos principios constitucionales, es fundamental en cualquier sociedad democrática.

Hoy, naturalmente, además de expresar esta premisa, quiero comenzar mis palabras felicitando al diario EXPANSIÓN por este aniversario; a todos los hombres y mujeres que le habéis dado vida y sentido a este diario desde el momento fundacional hasta hoy.

Treinta años nos pueden parecer relativamente pocos, pero repasando mentalmente lo que han sido las últimas tres décadas para España y para el mundo, y al considerar también lo que representan para una empresa o un periódico, debemos concluir que se ha tratado de un periodo largo e intenso. Un tiempo durante el que EXPANSIÓN ha sido testigo y ha acompañado día a día las transformaciones económicas y sociales de nuestro país.

Para vosotros, en EXPANSIÓN, han sido treinta años de exigente labor profesional para informar al ciudadano en el ámbito económico, para orientar y ayudar al consumidor; treinta años prestando un servicio verdaderamente útil y eficaz al empresario y a los agentes económicos que, durante estas últimas décadas, han contribuido al progreso económico de España.

EXPANSIÓN es, sin duda, una referencia periodística en el ámbito económico, un diario que ha sabido evolucionar, transformarse y adaptarse a los tiempos. Fundado como periódico impreso en 1986, solo diez años después fue el primer medio económico que lanzó su propio portal de Internet Y, en este sentido, hay que reconocer públicamente



El Rey en un momento del discurso que pronunció la noche del pasado martes, en el acto del XXX Aniversario de EXPANSIÓN.

que este diario ha llegado a convertirse en un instrumento de trabajo imprescindible para empresarios, inversores, directivos y ciudadanos en general.

De hecho, millones de personas directamente interesadas en la información empresarial, en la evolución económica y los escenarios más idóneos para invertir, están pendientes de lo que dice EXPANSIÓN. Sus noticias, reportajes y editoriales son también fuentes de información y opinión para las audiencias más exigentes que demandan un conocimiento solvente y actualizado sobre las estrategias empresariales y sobre los modelos para impulsar el crecimiento económico.

En suma, fundamentado en el talento y el buen trabajo periodístico, EXPANSIÓN ha respondido con profesionalidad a la creciente demanda de información sobre empresas y mercados en un entorno de gran transformación económica mundial, tanto en periodos de desarrollo económico como en difíciles coyunturas de crisis y recesión. Y me alegra decir que, como buen diario español, atento a la proyección —y aventura— internacional de nuestra economía, ha acompañado a nues-

“ EXPANSIÓN es un instrumento de trabajo imprescindible para empresarios, inversores y directivos”

“ Los medios de comunicación deben tener un modelo de negocio sólido, sostenible, eficiente y rentable”

tros empresarios en su apertura exterior hacia Iberoamérica y el resto del mundo.

Señoras y señores, la experiencia de todos estos años y la evolución de EXPANSIÓN nos conducen a subrayar la gran relevancia del proceso de transformación tecnológica que vive la prensa en nuestros días

Las empresas de comunicación han sido probablemente uno de los primeros sectores económicos sobre los que, a nivel mundial, han impactado con toda su fuerza las nuevas tecnologías, afectando profundamente a su tradicional modelo de negocio.

Por otra parte, esos mismos avances tecnológicos han dado lugar a nuevas formas de comunicación entre las personas y de transmisión de información que, sin duda, inciden e influyen también en la

“ España, como cualquier otra sociedad democrática, necesita una prensa libre e independiente”

“ Es imprescindible una prensa económica que ayude a reforzar una economía que genere riqueza y empleo”

opinión individual de los ciudadanos y en la colectiva de las sociedades. Todo ello se produce, además, en el contexto de una grave crisis económica cuyos efectos y consecuencias trascienden lo estrictamente económico.

Estoy seguro de que los empresarios y profesionales del sector de los medios de comunicación no cejarán en su empeño de buscar soluciones para superar esta crisis de modelo de negocio. España, como cualquier otra sociedad democrática, necesita una prensa y unos medios de comunicación, libres e independientes, que cuenten con el respaldo de profesionales solventes y de empresas fuertes. Se trata, en definitiva, de encontrar un modelo que sea sólido, sostenible, eficiente y rentable, porque su rentabilidad es fundamental para

mantener la calidad de la información.

Por otra parte, la calidad de la información exige también preservar los valores sobre los que se ha venido construyendo el periodismo, que no deben verse comprometidos nunca por los avances tecnológicos. El contraste de la información, la veracidad, el rigor, la profesionalidad, la imparcialidad y la responsabilidad no deben estar sujetos a caducidad, porque son el fundamento de la libertad de información. Son valores permanentes de la esencia misma del periodismo. De esa manera, los medios de comunicación podrán cumplir la función que toda sociedad democrática demanda de ellos.

Y en el ámbito más concreto de la prensa económica que hoy nos ocupa, es más necesaria que nunca una información que contribuya a reforzar o consolidar una economía que, como he tenido oportunidad de señalar en otras ocasiones, sea capaz de crear y distribuir riqueza, al tiempo que genere empleo, particularmente para nuestros jóvenes.

Y al mencionar el objetivo esencial que para nuestra sociedad representa la creación de puestos de trabajo, me dirijo a los empresarios que hoy

estáis presentes en esta convocatoria. Quiero destacar nuevamente la necesidad de que se conozca y reconozca siempre vuestra gran labor como generadores de empleo, y el sentido de responsabilidad social que, cada vez más, es asumido y puesto en práctica por las compañías.

Porque junto al legítimo objetivo de obtener beneficios, las empresas contribuis decisivamente al desarrollo económico de la sociedad y al mantenimiento del Estado, que mira por el interés y el bienestar de todos los ciudadanos. Y en ese propósito de que se conozca y reconozca la tarea y el mérito de los empresarios, la labor de la prensa especializada es verdaderamente clave.

No quiero extenderme más en un acto que tiene por objeto la celebración de un aniversario tan destacado y, con ello, poner de relieve lo mucho y bien que se ha trabajado, aportado y conseguido durante treinta años. Enhorabuena a EXPANSIÓN, a todos los que hacen y han hecho posible este periódico, y felicidades también a Unidad Editorial que ha diversificado su oferta buscando presencia y relevancia en muy diferentes ámbitos informativos de la sociedad española.

Muchas gracias

ANDALUCÍA

Los estibadores rechazan "el ERE encubierto que pretende el Gobierno"

MÁS DE DOS MILLARES EN ANDALUCÍA/ Los trabajadores portuarios convocan paros parciales para tres días de febrero si Fomento no da marcha atrás en su intención de reformar el sector con un Decreto Ley.

N.G./C.M./A.M. Sevilla/Madrid
Suenan tambores de guerra en los puertos. El colectivo de estibadores responderá con movilizaciones a lo que califican como "decretazo" del Gobierno para acabar con el actual sistema de estiba y cuya piedra angular es la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) de diciembre que obliga a España a poner fin a la regulación.

La representación de los trabajadores que ostentan la Coordinadora Estatal de Trabajadores del Mar (CETM), CCOO, UGT y CIG, han convocado paros parciales de las empresas estibadoras en todos los puertos españoles para los días 20, 22 y 24 de febrero si el Gobierno no da marcha atrás en los planes anunciados hace unos días por el ministro de Fomento, Alvaro de la Serna. A estas movilizaciones están convocados los 6.156 estibadores españoles, de los cuales algo más de 2.000 trabajan en Andalucía.

Sus portavoces expresaron ayer en Sevilla su indignación ante lo que consideran una "injerencia" de Puertos del Estado, cuando, según su relato, un año y medio de negociación con la patronal -representada por la Asociación Nacional de Empresas Estibadoras y Consignatarias de Buques (Anesco)- estaba a punto de fructificar en un



Susana Díaz, ayer, durante su reunión con los representantes de los estibadores en Sevilla.

acuerdo "que permitiera cumplir la sentencia".

Por el momento, la reforma pretendida ha causado división también entre las empresas. APM Terminals y Total Terminal International, dos de los mayores grupos del Puerto de Algeciras -el de mayor movimiento de contenedores de España-, se han descolgado del resto de empresas agrupadas en la patronal Anesco y han firmado la propuesta de reforma planteada por CETM, menos agresiva que la del Gobierno ya que plantea la pervivencia

Dos empresas estibadoras se han desmarcado de la reforma propuesta por el Gobierno

de un registro de estibadores y una reformulación más suave de las actuales Sagep.

"Los estibadores somos los primeros interesados en cumplir con la sentencia del tribunal europeo", aseguró ayer en Sevilla Antón Goya, coordinador general de CETM. "Pero queremos vol-

ver al diálogo roto por el Gobierno para llegar a una solución que satisfaga a todos. Las movilizaciones tendrán unas consecuencias económicas graves, son el último recurso al que no queremos llegar".

Para los representantes de los estibadores, el Gobierno pretende "un ERE encubierto que, además, se pagará con fondos públicos. Es inaudito que la garantía de futuro de nuestros puestos de trabajo que se ofrece sea el pago con dinero público de la liquidación", manifestaba ayer Goya. Según CETM, la solución al

conflicto pasa por el cumplimiento "estricto" de la sentencia. Algo que según su criterio no es incompatible con el registro de estibadores "que garantice su formación y su profesionalidad. Nadie puede mover un contenedor de cuarenta toneladas con garantías si no está formado adecuadamente", argumentan.

Escollós

Y ahí radica el principal escollo, porque el control de dicho registro "al que podría acceder todo aquel que tenga la formación reglada" según su criterio, podría interpretarse como una traslación del actual sistema monopolístico.

"Los estibadores no tenemos que pedir perdón por tener un trabajo estable y unas condiciones laborales buenas", defendía ayer Antón Goya. "Nadie quiere recordar estos días que el 80% de nuestro sueldo está vinculado a la productividad".

Por su parte, la presidenta de la Junta, Susana Díaz, se reunió ayer con los representantes de CETM y de los estibadores del Puerto de Algeciras, a quienes manifestó la necesidad de llegar a un acuerdo con el Gobierno, cuya decisión criticó por no tener en cuenta la negociación mantenida en el último año y medio y que respetaba las exigencias del fallo del TJUE.

Mediolanum creció un 14% en Andalucía durante 2016

Expansión. Sevilla

Banco Mediolanum aumentó el volumen de patrimonio gestionado en Andalucía un 14% en 2016, con una cifra global de 484,9 millones de euros. Se convierte así en el segundo territorio donde más creció la entidad, sólo superado por Galicia.

La banca, especializada en asesoramiento financiero a particulares, también incrementó su cartera de clientes un 3,6% más, hasta los 15.290. En paralelo, el banco aumentó su red de asesores financieros en un 11,1%, lo que se tradujo en 120 profesionales en la comunidad.

"Somos la tercera región en la que más ha aumentado el número de asesores y nos hemos consolidado como la tercera comunidad más importante por volumen de negocio", destacó ayer Javier Fano, su responsable en Andalucía.

Respecto a 2017, Fano avanzó que la prioridad es seguir creciendo y en los próximos meses contar con más asesores. Banco Mediolanum es la entidad española del Grupo Mediolanum, grupo bancario europeo que cuenta con más de 1.275.000 clientes asesorados por más de 5.250 'Family Bankers'.

V&L se desprenden de la casa de Velázquez

Expansión. Sevilla

El juez de lo Mercantil Nº 1 de Sevilla ha autorizado la dación en pago de la casa natal del pintor Diego Rodríguez de Silva y Velázquez a una entidad bancaria para saldar la deuda hipotecaria que mantienen con la misma una empresa de los diseñadores andaluces Victorio y Lucchino en fase de liquidación tras haber sido declarada en concurso voluntario de acreedores en enero de 2013.

El juez Eduardo Gómez López acepta el plan de liquidación de la empresa V&L Costura. Diseño y Moda S.A. y autoriza la dación en pago solicitada por la administración concursal de la casa natal de Velázquez y de otra vivienda anexa para salvar la deuda de los diseñadores

Andalucía bate un nuevo récord de exportaciones de frutas y hortalizas con 4.355 millones hasta noviembre

J.A. Gómez. Málaga

De enero a noviembre del pasado año, las transacciones exteriores de frutas y hortalizas procedentes de la comunidad andaluza han vuelto a batir marcas tras crecer un 9,3% hasta los 4.355 millones de euros. La Unión Europea sigue siendo el principal destino al concentrar el 96% de las exportaciones agroalimentarias.

La consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Carmen Ortiz, informó ayer durante su visita a Fruit Logística (Berlín) de la existen-

cia de 1.155 empresas exportadoras que hicieron negocio en 102 países. De forma paralela, apuntó que el 76% de las ventas hortofrutícolas se destinaron principalmente a Alemania, Francia, Reino Unido, Países Bajos e Italia. Los productos más demandados por dichos mercados son, por este orden, tomate, pimiento, fre-

Aunque Europa es el principal destino, Estados Unidos ha triplicado nuestros productos en 5 años

sa, pepino, frambuesa y aguacate. Cabe reseñar que estos productos concentran más de la mitad de las exportaciones.

La región ha aprovechado su presencia en la feria alemana para sacar pecho. De hecho, este país se ha posicionado como primer importador en 2016 con más de 1.250 millones de género hortofrutícola, casi un 29% del total hasta noviembre. Además, ha incrementado sus compras un 12,4% respecto al mismo periodo del año anterior.

Acompañada de la consejera delegada de Extenda, Va-

nessa Bernad, la consejera ofreció también datos de los mercados extracomunitarios. Destaca el ascenso meteórico de Estados Unidos que, en los últimos cinco años, ha triplicado las importaciones de productos andaluces, seguida de Brasil con un repunte del 255%. El tercer mercado emergente ha sido Canadá cuyas cifras casi se han duplicado hasta los 19,4 millones.

Andalucía está presente en Fruit Logística con 38 expositores y 63 entidades participantes, un 31% más que en la edición anterior.



Carmen Ortiz, ayer, en Berlín.

Opinión

EL EJE SCHULZ-MACRON IMPULSARÍA EL EURO



Matthew Lynn

Director ejecutivo de Strategy Economics

Los británicos se van, los holandeses están a punto de irse haciendo aspavientos, los franceses podrían votar a una presidenta ferocemente nacionalista y los griegos e italianos hacen tiempo hasta que la crisis de la periferia de la eurozona estalle otra vez y se vuelva a derrumbar el castillo de naipes. Para muchos expertos del mercado, los mercados europeos de bonos y valores, después del *Brexit* y Trump, eran las siguientes víctimas posibles de una ola de alzamientos populistas.

Lo que nadie esperaba es que, llegado el otoño, la eurozona pudiese tener el liderazgo más reformista y pro UE de las últimas décadas. El centrista Emmanuel Macron se acerca cada vez más al poder en Francia, mientras el dirigente socialdemócrata Martin Schulz podría tener posibilidades de reemplazar a Angela Merkel en Alemania.

La alianza Schulz-Macron (llamémosla *Schulzon*) podría reimpulsar el euro y generar impulso para la unión fiscal, monetaria y económica auténtica en que deberá convertirse la moneda única si quiere tener posibilidades reales de triunfar. Tal vez no funcione a largo plazo, pero a corto propiciaría a los mercados europeos un verdadero empujón.

En el guion, 2017 está marcado como el año de las convulsiones políticas en toda Europa. Los holandeses estaban a punto de elegir a Geert Wilders, del Partido de la Libertad, mientras Marine Le Pen, del Frente Nacional, hacía campaña en Francia con un pro-

grama basado en recuperar el franco. En Italia, el populista Movimiento 5 Estrellas se aproxima cada vez más al poder y Alternativa por Alemania anti-euro incluso mejora en las encuestas.

A los mercados todavía les preocupa. El euro se ha liquidado por la tensión política y ha bajado hasta 1,06 dólares, mientras que el diferencial entre bonos franceses e italianos, y el bund alemán sólido como una roca y medida clave del riesgo de desintegración, empieza a ensancharse notablemente. Sin duda, el rendimiento de la deuda italiana a diez años se duplicó con creces el año pasado y ya ha vuelto a los niveles de 2015. Está muy por debajo del nivel del 6 por ciento que alcanzó en el auge de la crisis de la eurozona, aunque va encaminado a subir otra vez. Pero ése no tiene por qué ser el desenlace. De hecho, un escenario alternativo es igual de plausible: que Europa consiga su liderazgo más pro-EU de las últimas décadas.

Empecemos con Francia. Con el republicano François Fillon hundido cada vez más en un escándalo sobre las grandes sumas de dinero del estado que pagó a su mujer, el centrista Emmanuel Macron parece cada vez más propenso a llegar a la segunda vuelta de las votaciones a principios de mayo. La regla básica de la política francesa es muy sencilla: quien llegue a la segunda ronda contra Le Pen gana la presidencia. La líder del Frente Nacional cuenta con enormes apoyos entre sus bases, pero el 60 por ciento del electorado preferiría

votar a un queso rancio antes que a ella. Macron parece una apuesta mejor cada semana que pasa.

Lo de Alemania es casi igual de dramático. Trasladar a Martin Schulz de Bruselas a Berlín ha propinado a los socialdemócratas de centro izquierda un tremendo impulso en las encuestas. En una de ellas, esta semana, su partido adelantaba a los demócrata-cristianos de Angela Merkel, y todas ellas anunciaban importantes aumentos en los apoyos.

Si añadimos al Partido de la Izquierda y Los Verdes, en septiembre Schulz podría tener suficiente apoyo como para acabar por fin con el largo reinado de Merkel. Desde luego, como predijo esta columna a principios de año, con sus apoyos agotados Merkel podría optar por apartarse y dejar que otra persona lidere el partido de cara a las elecciones.

Si Schulz sube al poder, el eje Berlín-París, la relación más importante en la política europea, de repente habrá cambiado mucho. Habrá una oportunidad de acelerar la integración económica y ofrecer al euro una última oportunidad de triunfar. Mucho más que los líderes a quienes sustituirían, tanto Macron como Schulz son creyentes apasionados de la UE y están dispuestos a sacrificar la soberanía nacional para que la integración funcione.

A Merkel siempre se la ha retratado como una gran defensora de la UE y sobre el papel lo ha sido pero en la práctica no ha hecho demasiado al respecto. A Grecia se la permitió ir a la deriva, Italia siguió de capa caída, Fran-

cia gradualmente perdió competitividad y mientras tanto Alemania acumulaba unos excedentes comerciales cada vez mayores. Se bloquearon los avances hacia la unión bancaria. La unión fiscal se malogró. Merkel dejó que la eurozona se convirtiera en una economía zombi (haría lo suficiente para que no falleciera pero nada para resucitarla).

Entre ellos, Macron y Schulz estarían de acuerdo en una cosa. La eurozona, como sostuvo Macron en un discurso en Berlín el mes pasado, necesita cambiar radicalmente si quiere prosperar. Debe convertirse en una unión económica plenamente en funcionamiento. Para empezar, habría una unión bancaria con un único regulador y un mecanismo de rescate. Después, los mercados de deuda soberana se pondrían en común y se emitirían bonos comunes para la eurozona, respaldados por todos los Estados miembros. Habría un Tesoro de la UE con poderes para subir impuestos, armonizar tasas y gastar dinero por todo el continente. Con el tiempo, las oficinas del gobierno redistribuirían la riqueza por la zona. Las devoluciones holandesas de impuestos se procesarían en Portugal y los coches alemanes se certificarían en Sicilia. En resúmenes cuentas, Bruselas se parecería mucho más al gobierno federal de Washington.

Es cierto que tal vez suscite una oposición política intensa. A mucha gente no le gustará pero entre Macron y Schulz de presidente y canciller respectivamente sumaría la voluntad y el impulso para hacerlo realidad. El *Schulzon* podría estar condenado al fracaso a largo plazo, pero en el corto reforzaría la confianza y auparía los mercados de divisas, bonos y capital. Existen muchos riesgos políticos en Europa, pero por el momento podrían ser para bien, no para mal.

La eurozona podría tener el liderazgo más reformista y pro UE de las últimas décadas

INFRAESTRUCTURAS SOSTENIBLES



Francisco Fdez. Romero

Socio Responsable de Construcción, Infraestructuras, Inmobiliario, Hoteles y Transporte de EY para España, Italia y Portugal

Aproximadamente el 54 por ciento de la población mundial vive en ciudades, según los cálculos de la ONU, que pronostica que este porcentaje alcanzará el 66 por ciento en 2050. Hablamos, por tanto, de un mercado objetivo formado hoy por más de 4.000 millones de personas en un mundo cada vez más urbano. Y el número de seres humanos no es lo único que aumenta, ya que al creciente volumen de potenciales consumidores y usuarios de servicios públicos se suma un nivel de exigencia mayor, según avanza el desarrollo tecnológico y el acceso a la información. La creación de valor para los ciudadanos y la satisfacción de necesidades sociales deben guiar la transformación de las infraestructuras de las urbes.

La ciudad del futuro tendrá que ser forzosamente sostenible y necesariamente inteligente para sustentar la avalancha humana que se avecina. El perfil ascendente del nue-

vo ciudadano-cliente fue el que motivó hace años el nacimiento del concepto de *smart city* o ciudad inteligente, habitada por personas conectadas que disfrutan de sistemas dotados de inteligencia artificial y de edificios y espacios verdes. Y la urbanización inclusiva, que involucra a las personas en los beneficios de las nuevas infraestructuras y servicios, está ganando terreno en los nuevos núcleos de población, según se desprende del informe de tendencias *El lado positivo de la disrupción de EY*.

Por ello, la economía conductual, que analiza el comportamiento del ser humano, es ya uno de los principales aliados en la construcción de las ciudades del futuro. De igual forma que sucede en sectores como el comercial, el conocimiento de los motivos que llevan a los ciudadanos a tomar determinadas decisiones, por ejemplo, en materia de transporte, ayudará a los gestores municipales y a las empresas de infraestructuras a ofrecer servicios cada vez más adaptados a las preferencias de las personas. En términos generales, los beneficios

obtenidos son mucho mayores que las inversiones necesarias para la implementación de los cambios que demanda la sociedad, ya que las urbes sostenibles son más baratas de gestionar y son consideradas por la sociedad como espacios óptimos en los que vivir.

El análisis de las preferencias de los ciudadanos nos permitirá conocer, además, las herramientas adecuadas para lograr una fuerte concienciación social en la ciudad. El intercambio de opiniones con los habitantes de las urbes que aspiran a ser *smart* debe ser bilateral y continuo, tanto en portales dedicados expresamente a este cometido como a través de campañas en redes sociales y en los nuevos medios de comunicación masivos.

Resulta determinante una adecuada gestión del transporte, ya que es el segmento que más energía consume en España (aproximadamente el 40 por ciento del total). La sostenibilidad y la eficiencia son los factores más importantes para su gestión, con medidas de impacto que ahorren tiempo y mejoren las condiciones de desplazamiento de las perso-

nas. La optimización del tráfico a través de la descongestión de la ciudad genera menos contaminación, lo que se traduce en una mayor calidad de vida. Algunos gestores municipales están dando los pasos hacia la renovación permanente de la oferta de transporte público, una modalidad de desplazamiento seis veces más eficiente que el vehículo privado. El coche eléctrico o la restricción del tránsito en las zonas céntricas son sólo el principio de una tendencia que va a aumentar en los próximos años. En síntesis, las dos preguntas que se deben responder en este asunto son: ¿Cómo se desplazan las personas por la ciudad? y ¿cómo podrían hacerlo de forma más eficiente? Para ello, necesariamente, se debe tener en cuenta la opinión de la población.

En definitiva, todo lo anterior indica que el futuro habitante de estas urbes inteligentes preferirá vivir en un entorno orientado a la comunidad, con mucha oferta de desplazamiento público sostenible, adaptable a las necesidades individuales y respetuoso con el medio ambiente. Además, querrá trabajar en edificios inteligentes y eficientes en el consumo de recursos. España, líder mundial en infraestructuras, no puede perder un tren que representa desarrollo económico y bienestar social.

Transporte y edificios inteligentes y respetuosos con el medio: el futuro de las urbes españolas