



DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 22 DE NOVIEMBRE DE 2017

Málaga

Proyectos sociales. 'Quijotes' que no dudan en ayudar a los más vulnerables. Así definió ayer el presidente de Cruz Roja en Málaga, Luis Utrilla, la labor de las 19 firmas galardonadas en un acto que se celebró en el Museo del Automóvil. La ayuda de estas empresas permitió que Cruz Roja atendiera el año pasado a cerca de 39.000 personas en sus proyectos de intervención social.

Premio al compromiso empresarial

► Cruz Roja reconoce el trabajo de 19 empresas para la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión social

Laura Popa
MÁLAGA

■ Resaltar el compromiso social del tejido empresarial malagueño. Este es el objetivo del acto que Cruz Roja celebró ayer en el Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga, en el que reconoció la labor de 19 empresas e instituciones participantes en el programa «Un reto social empresarial».

Se trata de empresas que colaboran, en el ámbito de la responsabilidad social corporativa, con la inserción sociolaboral de personas en riesgo de exclusión y con iniciativas de captación de fondos para proyectos sociales.

En concreto, Cruz Roja agradeció su trabajo a Ahecos, Alcaunpo La Cañada, Bauhaus, Clece Málaga, Clínica Buchinger, Clínica Cuevas Queipo, Copyrap, El Corte Inglés (Málaga, Marbella y Mijas), Fundación Solidaridad Carrefour, Fundación Unicaja, Grupo Zena Foster's Hollywood, Hídralia, Hotel Ona Alanda Club Marbella, Hoteles Portinatx Cadena Medplaya, Limsur, Monarque Hoteles, Restaurante Villa Tiberio, Sercootel Málaga y Sprinter.

El presidente de Cruz Roja en Málaga, Luis Utrilla, no dudó en citar a Don Quijote para comparar la «labor de valientes» que estas firmas realizan para ayudar a los «más vulnerables».

Por su parte, Miguel Briones,



Foto de familia de los premiados ayer por Cruz Roja en el acto que tuvo lugar en el Museo Automovilístico. LA OPINIÓN

subdelegado del Gobierno en Málaga, destacó que Cruz Roja ha llegado a «superar en la provincia más de 25.000 socios y 4.000 voluntarios», toda una «demostración de fortaleza».

El trabajo por la inserción laboral consta de actividades como el acompañamiento a una entrevista o prácticas formativas no laborales, entre otras. Unas iniciativas que tienen como objetivo ayudar a a ciudadanos en su formación y en la búsqueda de trabajo. Pero, las más importantes de las labores

es ofrecer una asistencia digna a todos aquellos que necesitan ayuda y buscan mejorar su futuro.

Intervención social

El compromiso del tejido empresarial malagueño fue clave para que Cruz Roja Málaga pudiera atender el año pasado a cerca de 39.000 personas en sus proyectos de intervención social. En cuanto al Plan de Empleo, Cruz Roja ha contactado, en lo que va de año en la provincia, con 303 empresas para favorecer la intermediación

laboral. Además, en estos meses, se ha insertado en el mercado laboral a 402 personas, de las cuales 227 son mujeres. Más de 25.000 socios y más de 4.000 voluntarios refuerzan este trabajo diario.

Este acto se enmarca en la iniciativa «Igualmente profesionales», que pretende que las empresas andaluzas se unan en la mejora de la empleabilidad y el acceso al mercado de trabajo de quienes lo tienen más difícil. Una de sus acciones es 'Contrata Sin', con la que se quieren afrontar los pre-

juicios y estereotipos que evidencian el mercado de trabajo, en especial hacía jóvenes, mujeres, mayores de 45 años, inmigrantes o refugiados.

Durante la jornada de entrega de premios también estuvieron presentes el delegado del Gobierno andaluz en Málaga, José Luis Ruiz Espejo, y el alcalde, Francisco de la Torre, acompañados de los representantes de la delegación del Gobierno, la Cruz Roja, el Museo Automovilístico y de cada entidad galardonada.

RECONOCIMIENTOS DE CRUZ ROJA A LA INSERCIÓN LABORAL

Cruz Roja Málaga entregó ayer reconocimientos a empresas de la provincia que colaboran, en el ámbito de la responsabilidad social corporativa, con la inserción sociolaboral de personas en riesgo de exclusión. Los agradecimientos fueron para 19 empresas y entidades. Entre ellas Aehcos, Alcampo La Cañada, Bauhaus, Clece Málaga, Clínica Buchinger, Clínica Cuevas Queipo, Copyrap, El Corte Inglés, Fundación Solidaridad Carrefour, Fundación Unicaja, Grupo Zena Foster's Hollywood e Hidralia.



502, 22/11/17,

Asaja Málaga solicita más coordinación para hacer frente a los robos en el campo

Pide a los agricultores que denuncien las sustracciones que sufran en sus explotaciones para que actúen las fuerzas de seguridad

VÉLEZ-MÁLAGA

:: A. PELÁEZ. El problema de los robos en el campo continúa preocupando a los agricultores malagueños. Desde Asaja Málaga se ha solicitado más coordinación entre las

instituciones para hacer frente a las sustracciones en las explotaciones agrarias y ganaderas. Durante las últimas semanas, se ha registrado un repunte de robos de aguacates y aceitunas en algunos puntos que están causando un gran daño económico para los productores.

Desde Asaja se valora positivamente que durante el primer semestre del año se hayan reducido los robos en el campo en un 29%, según la Subdelegación del Gobierno en Málaga, gracias al trabajo realizado por los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado y a la apari-

ción de la Guía Conduce, que permite identificar la procedencia de los productos. No obstante, la asociación agraria, que agradece la permanente colaboración entre Asaja y los cuerpos de seguridad, solicita a las instituciones implicadas que aúnen sus fuerzas para poder hacer un frente común a esta problemática con la que se encuentran los agricultores, y que merman notablemente sus ingresos.

Asaja ve con buenos ojos la edición de la Guía Conduce por parte de la Subdelegación del Gobierno, ya que supone un importante y ne-

cesario control, aunque reclama para la provincia la convocatoria de las reuniones que se llevan a cabo en otras, para la coordinación de las fuerzas de seguridad (Guardia Civil, Grupos ROCA y GIR), que ya se están reuniendo de manera semanal con personal de la Delegación de Agricultura y coordinadoras del entorno como Asaja y cooperativas, para intercambiar información y hacer más efectiva su labor.

La asociación de Jóvenes Agricultores se pone una vez más a disposición de las administraciones públicas para que este trabajo sea real y efectivo. Igualmente, recuerda a todos sus socios y a los agricultores en general la necesidad de denunciar los robos que sufran en sus explotaciones para que la actuación de los cuerpos de seguridad sea posible.

SUB, 22/11/17.

Juan Carlos Pedrosa, elegido presidente provincial de Csif Málaga

:: SUR

MÁLAGA. Juan Carlos Pedrosa (Barcelona, 1966), funcionario de la Administración General del Estado, ha sido elegido presidente de Csif Málaga en el IX Congreso Provincial celebrado ayer en el hotel NH de Málaga, tras obtener el respaldo de la mayoría de los 60 compromisarios acreditados de los distintos sectores que conforman el sindicato.

Pedrosa, que desde 2009 ocupaba el cargo de responsable del Sector de Administración General del Estado del sindicato en Málaga, pasa a hacerse cargo de la Unión Provincial, hasta ahora regida por una comisión gestora presidida por Esperanza Otero, tras lograr su candidatura el 93 por ciento de los votos de los compromisarios. El nuevo presidente de Csif Málaga se incorpora al cargo con un equipo renovado y de amplia experiencia sindical, conformado por María Angustias González como vicepresidenta, Carmen Alguacil como secretaria general y José Manuel García y Pedro Campos como miembros de la ejecutiva.

Más de un centenar de personas participó en el evento, en el que Pedrosa agradeció «el respaldo recibido» a su candidatura, al tiempo que defendió «un modelo sindical basado en la experiencia y el trabajo diario para y por los afiliados». El recién elegido presidente de Csif Málaga, junto a su equipo, planteó, entre otros, el reto de «afianzar los excelentes datos de representatividad» que el sindicato ostenta en la provincia, «desde el diálogo y la independencia que definen estas siglas».

La Unión Provincial de Málaga cuenta actualmente con cerca de 10.000 afiliados y alrededor de quinientos delegados de los distintos sectores del sindicato, entre Administración General del Estado, Administración General de la Junta de Andalucía, Administración Local, Sanidad, Educación, Justicia, Entidades Públicas Estatales y Empresa Privada.

SUR, 22/11/17.

Juan Lucas, distinguido por buenas prácticas comerciales

:: J. S.

MÁLAGA. Tiendas Juan Lucas, del grupo empresarial TOPdigital, ha recibido un distintivo por parte de la sección de Consumo del Ayuntamiento de Málaga por buenas prácticas comerciales en sus puntos de venta. En concreto, este reconocimiento se debe al buen seguimiento y eficaces respuestas a las reclamaciones interpuestas por clientes.

El distintivo fue entregado por la jefa de sección del área de Comercio, Argimira Lujan Rodríguez, quien reconoció que la empresa es «un referente de buen servicio al cliente y siempre colaboradora con este área en aras a resolver de manera eficaz las controversias que puedan surgir con sus clientes».

El director del establecimientos Juan Lucas, Juan Carlos Marmolejo, agradeció el reconocimiento y recordó que ha sido posible «gracias al esfuerzo y dedicación de todos los profesionales que conforman tiendas Juan Lucas».

Casi 50 proyectos turísticos se presentan a la aceleradora de empresas de la Costa

La segunda edición de la iniciativa Costa del Sol Tourism Hub ha recibido también propuestas de distintos puntos de España

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Iniciativas innovadoras en agencias de viaje receptoras o en distintas tipologías de alojamiento, hasta propuestas relacionadas con la gastronomía, la puesta en valor de la cultura o el turismo experiencial, de inmersión o colaborativo centran los casi medio centenar de proyectos que se han presentado a la segunda edición de la aceleradora de empresas turísticas Costa del Sol Tourism Hub. Concretamente son 48 las iniciativas que aspiran a beneficiarse de este programa de

apoyo y asesoramiento, explicaron desde Turismo y Planificación Costa del Sol, que señalaron que serán valorados y evaluados por el comité de selección, que está conformado por esta empresa pública y el Foro de Turismo de la Costa del Sol. En esta segunda edición, en la que se han recibido también proyectos de fuera de la provincia y de distintos puntos de la geografía española, tendrán la oportunidad de participar los tres proyectos galardonados en el Premio Turismo Costa del Sol a la Iniciativa Turística Emprendedora, cuyo fallo se conocerá el próximo 5 de diciembre.

«Costa del Sol Tourism Hub está dirigido a emprendedores y a empresas con menos de tres años de antigüedad. Tras el éxito cosechado en la primera edición, esta segunda está llamada a confirmar el papel que Málaga juega, no sólo como destino

turístico, sino también como motor de desarrollo empresarial para el sector», detallaron, para precisar que pretende fomentar el emprendimiento, la creatividad y el talento a nivel provincial. El programa, de cuatro meses de duración, permite a estos emprendedores consolidar sus propuestas innovadoras y lograr un crecimiento sostenible. «Para ello cuentan con un plan de formación y consultoría avanzada a cargo de reconocidos expertos de gestión y formación especializada y de mentoring estratégico, con la participa-

Las iniciativas seleccionadas recibirán apoyo y asesoramiento durante cuatro meses

ción de consultores especializados en los diferentes ámbitos de la gestión empresarial. También favorece la búsqueda de financiación de aquellos proyectos empresariales que lo requieran», anunciaron.

Por otra parte, la gestión digital de Turismo Costa del Sol ha sido galardonada en los Premios Anuales que convoca el Club de Marketing de Málaga, en los que ya el pasado año recibió el reconocimiento en la categoría de Business Intelligence. Arturo Bernal, director general de esta empresa pública, destacó que «a través del proyecto, conseguimos dos objetivos para el desarrollo turístico del destino: de una parte, acompañamos al turista en todos los ciclos del ejercicio del turismo (inspiración, toma de decisión y reserva), y de la otra fomentamos oportunidades para el tejido empresarial».

Andalucía y Málaga refuerzan la promoción de turismo idiomático en Noruega

:: P. M.

MÁLAGA. En pleno auge del mercado nórdico, los destinos andaluces y la capital malagueña han desplegado una acción promocional en Noruega, centrada en reforzar la oferta de turismo idiomático. Más de 800 asistentes entre profesores y alumnos en las acciones que tendrán lugar en Stavanger, Baerum y Oslo desde ayer y hasta el 25 de noviembre. Más de 800 personas entre profesores y alumnos de español asistirán a estas Jornadas de Turismo Idiomático Noruega 2017, organizadas por la consejería de Turismo y Deporte.

Para mañana, los técnicos de la Junta, así como los de los patronatos provinciales de Turismo de Cádiz y Sevilla, el Ayuntamiento de Málaga y ocho escuelas de español para extranjeros de la comunidad autónoma, se trasladarán a la localidad de Sandvika, en la Comuna de Baerum, donde está prevista la asistencia de más de 180 participantes. Que se suman a los 400 que participaron en el encuentro de ayer.

Málaga es actualmente el primer destino de Andalucía y el cuarto de España receptor de turismo idiomático. «En la última década han pasado por la ciudad para aprender español algo más de 400.000 estudiantes, con lo que ello conlleva, teniendo en cuenta que son estancias largas y con un efecto multiplicador, ya que se consigue un alto grado de fidelización del visitante y un gran volumen de prescriptores», señalaron desde el área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.



Zona de restaurantes en Puerto Marina, Benalmádena. :: SUR

MÁLAGA

S. Sánchez MÁLAGA

El nuevo Astoria empieza a tomar forma. A la espera de que la empresa Mercado Victoria dé el paso definitivo para solicitar formalmente al Ayuntamiento de Málaga la concesión de la manzana de los antiguos cines, lo que dará inicio a un proceso de concurrencia competitiva, la firma acaba de poner sobre la mesa las cartas con las que pretende hacerse con el espacio, donde pretende desarrollar un complejo cultural-gastronómico con la música como elemento protagonista. La propuesta concreta es bautizada como MAS (Málaga All Space).

Tal y como informó la pasada semana este periódico, una de las apuestas centrales de la firma pasa por dar forma a un auditorio-teatro con capacidad para 1.500 personas en la planta -2 del futuro equipamiento. Un uso con el que, señalaron ayer desde la empresa, se busca llenar el hueco que a su juicio existe en la capital en lo que a conciertos en directo se refiere.

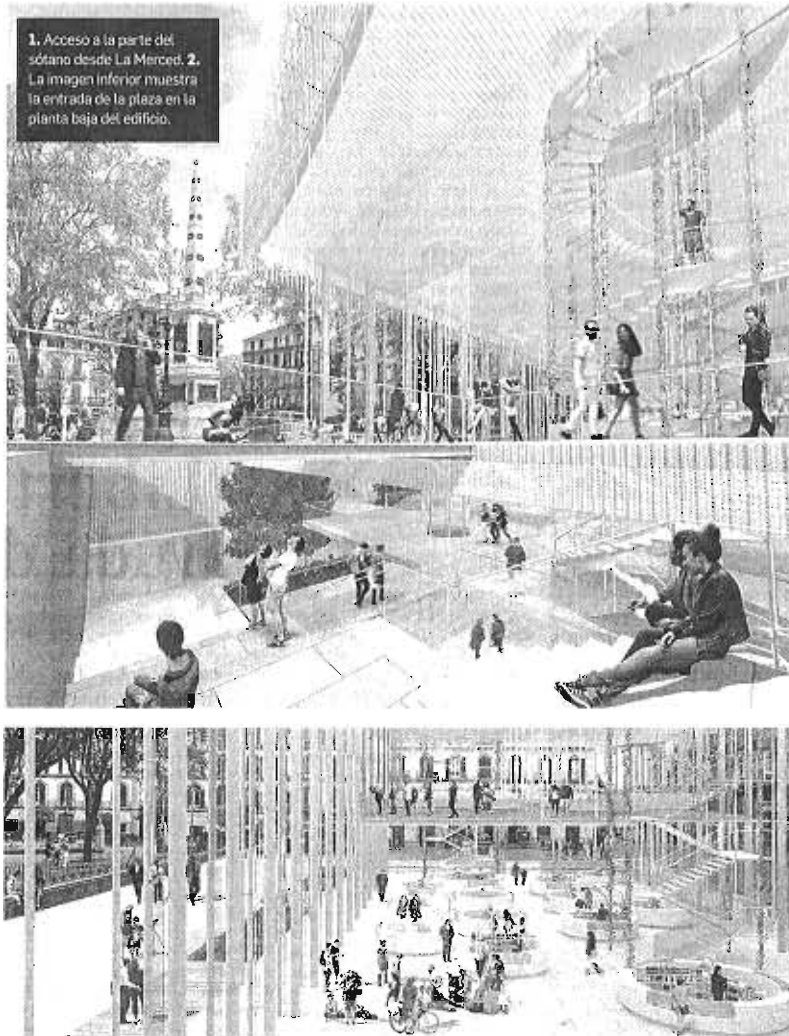
"Es un proyecto cultural y musical que revolucionará Málaga", señalaron ayer desde Mercado Victoria, cuyos representantes se reunieron con los grupos municipales de la oposición para informarles de la iniciativa. Al respecto, apuntaron que si bien la capital de la Costa del Sol es la urbe "más dinámica de España en lo relacionado con la oferta cultural", con una "abrumadora" propuesta museística, "no dispone de un equipamiento específico en el que poder desarrollar una oferta continua, sobre todo, en lo relacionado con la música en directo".

Con ella, precisaron, se quiere ofrecer "un espacio dinámico, multifuncional y vivo en el que la música, las artes escénicas, las performances o la creación digital sean las protagonistas". Incluso, apuntan que este proyecto "sigue la estela del SFJAZZ de San Francisco, California, que es uno de los grandes templos de la música de los Estados Unidos".

En su conjunto, la inversión alcanza los 20 millones (14,8 de ejecución material, 495.000 euros para el acondicionamiento estructural de los puestos gourmet; 620.000 euros para el teatro, 120.000 euros para la Casa Natal y 90.000 para el auditorio). El plazo de ejecución se estima en dos años. Un calendario que no arrancará hasta que la propuesta tenga todos los parabienes y disponga de los trámites administrativos

El proyecto para el Astoria incluye sala de conciertos para unas 1.500 personas

● La idea de Mercado Victoria, bautizada como MAS, contempla oferta gastronómica, espacio para congresos y un gran mirador en la azotea



1. Acceso a la parte del sótano desde La Merced. 2. La imagen inferior muestra la entrada de la plaza en la planta baja del edificio.

solventados. Según fuentes cercanas al proyecto, en el supuesto de que sea esta la actuación seleccionada por el Ayuntamiento, tendrá que someterse a una modificación puntual del Peprí Ceuro, ante la negativa a construir plazas de aparcamiento dado que sería "económicamente inviable por el número reducido de plazas que saldría". A ese primer trámite hay que añadir los trabajos arqueológicos a realizar en la finca. Todo ello puede suponer un año.

El inmueble, diseñado por los arquitectos Alberto García Marín y Manuel Sánchez la Chica, se distribuye en un sótano y tres plantas. Una de las particularidades de la baja es que se integra en el entorno, al punto de convertirse en una extensión de la Plaza de la Merced. En la misma se desarrollarán actividades de ocio (tanto para el público infantil como para el público adulto) y gastronomía. La planta media queda reservada para la Fundación Pablo Picasso, al tiempo que se concibe para exposiciones de arte, congresos y eventos. Hay un auditorio para 300 personas. Y la cubierta del edificio (794 metros) está pensada como mirador, lo que "convierte a MAS en el mayor balcón de Málaga".

20

Millones. Es el coste que se estima para la construcción del edificio planteado

Desde la empresa se informó de que la explotación del espacio en su conjunto contará con el apoyo de grupos empresariales del sector de la música, de la gastronomía, y del turismo. Así, por ejemplo, la dirección musical la llevará a cabo RIFF Producciones, "una de las agencias de conciertos más punteras de Europa".

MAS incorpora al resto de usos de la formación y el desarrollo de los creadores emergentes de Málaga. "El alumnado de esta escuela formará parte de los montajes y espectáculos que se lleven a cabo en el Teatro-Auditorio o en la Terraza-Mirador Alcazaba", indicaron. A todo ello se unirá la apuesta por la gastronomía, "de la mano de chefs de reconocido prestigio tanto del panorama nacional como del extranjero", dando forma a una "experiencia integral en la que a las artes escénicas y la música se una la cocina".

Valoran el diseño y la apuesta cultural pero dudan sobre el procedimiento de adjudicación

S. S. MÁLAGA

Representantes de Mercado Victoria, junto a los arquitectos del proyecto, mantuvieron ayer reuniones con los grupos municipales de la oposición para darles a conocer los detalles del mismo. Si bien la

primera impresión fue favorable, algunas formaciones mostraron sus dudas sobre la posibilidad de adjudicar la concesión por vía de una concurrencia competitiva. En esta línea se mostraron los portavoces del PSOE, Daniel Pérez; de Málaga Ahora, Ysabel Torralbo, y

de Málaga para la Gente, Eduardo Zorrilla. A pesar de ello, estos dos últimos, que demandaron un concurso abierto, alabaron la apuesta del proyecto por ampliar la plaza de la Merced y por destinar la mayor parte de sus superficies a uso cultural. "Lo que se nos ha presen-

tado nos gusta; es un edificio muy translúcido, permeable al paso y tendría un uso principalmente cultural", expuso Zorrilla. "Es un proyecto que cumple la normativa, que se adapta a los usos y es eminentemente cultural", aportó Torralbo. Pérez se comprometió a es-

tudiarla propuesta, aunque señaló que bien puede ser esa u otra la que se haga con el Astoria. "No sé qué fórmula de concesión están buscando; lo que queremos es que el edificio respere el uso cultural, la casa natal", manifestó. Quien sí se mostró a favor fue el vicepresidente de Ciudadanos, Alejandro Carballo. "Es la plaza la que invade el edificio y no al revés y permitirá que se vea la Alcazaba desde la plaza", expuso el edil naranja, quien destacó también lo que aporta la terraza.

Los hosteleros quieren llegar a un acuerdo con el Ayuntamiento por el ruido

► Mahos-Amores celebró ayer una asamblea en la que se informó a los asociados de la intención del Ayuntamiento de no dar más licencias a bares en el Centro si se aprueba la declaración de zona acústicamente saturada

JOSÉ ANTONIO SAU MÁLAGA

► @saumartin

■ Mahos-Amores, la asociación que aglutina a los hosteleros malagueños, celebró ayer en el Mercado de la Merced su asamblea para abordar un problema que les preocupa mucho: la posible declaración de zona acústicamente saturada del Centro Histórico de la capital. Ello supondría la posibilidad de que el Ayuntamiento no dé más licencias para bares y restaurantes durante un año, entre otras medidas. Los hosteleros, de cualquier forma, mantienen una postura muy tendente al diálogo y ayer, aunque no se llegó a una conclusión porque se trató de un foro informativo, la sensación general fue una: hay que llegar al consenso con el Consistorio para ordenar



Negocios hosteleros en el Centro Histórico. L.O.

el corazón de la ciudad y tratar de alcanzar un acuerdo.

José Simón Martínez, portavoz de los hosteleros, aseguró que se

trató de una reunión informativa para marcar las líneas de actuación que van a seguir en los próximos meses. En el próximo en-

cuentro sí se fijará postura. «Entendemos que hay que rebatir el tema de zona acústicamente saturada. Sería un problema para la Feria y para el Centro», dijo. De cualquier forma, más que una posible moratoria en la concesión de licencias, les preocupan otros aspectos como el hecho de que recorte el horario de terrazas en dos horas, lo que sí haría daño en su línea de flotación económica.

«Debería articularse la medida que menos oposición encontrara. Vamos a intentar tener un diálogo y ver si hay acuerdo. Somos conscientes muchos de nosotros de que el Centro tiene un problema de saturación de negocios hosteleros y que necesitamos servicios complementarios como comercios, etcétera... pero hemos de hablar. En la asociación hay inesas de trabajo dedicándose a analizar el asunto y establecer una posición al respecto», reflexionó Martínez, quien insistió en que aún no hay una postura unánime en el colectivo, a la que llegarán, por cierto, con el paso de las semanas y nuevas reuniones. «El problema es que no hay una solución clara. Estamos estudiando lo que se ha hecho en otras ciudades», declaró.

También se explicó a los hosteleros, tal y como planteó el Ayuntamiento, la posibilidad de volver al sistema de recogida de residuos orgánicos puerta a puerta, lo que supondría retirar los contenedo-



Posición

Los hosteleros aún no se han pronunciado sobre la batería de medidas pero no ven con buenos ojos, por ejemplo, reducir el horario de terrazas

res, soterrados o no, del Centro y dejar una mínima presencia de ellos. Así, la basura se recogería por vehículos eléctricos de Limasa dos, tres veces o incluso en más ocasiones al día, en este caso si el hostelero lo demanda y lo paga. Esta misma idea se quiere llevar a cabo con los vecinos, unos 1.600, que viven en el corazón de Málaga. Ahora se va a hacer una encuesta con los hosteleros para ver qué hora es la mejor para recoger estos residuos y luego se hará un protocolo. Con los vecinos se actuará de la misma forma. Se plantea poner un contenedor en el portal al que puedan bajar la basura durante media hora al día, por ejemplo. En relación a esto tampoco hubo decisión ayer.

ECONOMÍA

COMERCIO EXTERIOR



Diferentes entrevistas en el contexto de Imex entre las empresas y representantes de los distintos países participantes.

Algunas citas de hoy

09:30 a 10:15. Sala 1. Conferencia sobre el Plan de Internacionalización: una herramienta imprescindible para internacionalizarse con garantías.

11:30 a 12:30. Sala IMEX. Mesa: África Subsahariana, última frontera del comercio internacional (I). Mesa redonda sobre África Subsahariana, última frontera del comercio internacional (II).

11:00. Stand Unicaja Banco. Cinco preguntas fundamentales para una internacionalización exitosa.

11:30 a 12:15 Sala 1. El Brexit y el mercado británico: perspectiva para la empresa andaluza.

11:30 a 12:15. Sala 2. El e-Commerce internacional como vía de internacionalización.

11:30 a 11:50. Stand DHL. Fidelización de clientes e-Commerce a través de las devoluciones.

12:00. Stand Unicaja Banco. TAS. Cómo tener acceso a la información aduanera.

12:00 a 12:30. Stand Bankinter. Cómo hacer negocios en el Reino Unido.

El mundo en dos jornadas

● Casi 1.300 profesionales de 665 empresas de toda España participan hasta hoy en Málaga en la mayor feria de negocio internacional de Andalucía

Redacción

Una serie de pabellones y mesas redondas sobre Asia, Estados Unidos y los cuatro países europeos principales desfilan de las exportaciones andaluzas fueron las primeras actividades de IMEX, que comenzó ayer en Málaga. Esta mesa contó con la participación del secretario general de Economía del Junta de Andalucía y presidente de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Gaspar Llanes. Asimismo, hoy clausurarán IMEX el vicepresidente de la Junta de Andalucía y consejero de la Presidencia, Administración Local y Me-

Andalucía, por encima de la media nacional

Andalucía vive el mejor momento en exportaciones de su historia, con un crecimiento de un 20,2% de las exportaciones entre enero y septiembre de 2017, que duplica al de la media nacional, superando por primera vez en la historia los 23.000 millones de euros en los nueve primeros meses de un año, y con un superávit comercial de 1.474 millones. Aun así, todavía hay margen para un mayor crecimiento y peso de las exportaciones en la economía andaluza, y para ello, se hace más necesario que nunca diversificar hacia nuevos mercados. Esto no hace más que seguir la estela del año 2016, cuando el comportamiento del sector exterior andaluz reforzó el gran compor-

tamiento que la exportación ha tenido desde el 2010 al 2016. Unos datos por encima de la media que están impulsando un cambio estructural en la economía andaluza. De este modo, las exportaciones crecieron 37% (6.786 millones de euros), siendo el segundo mayor de las seis comunidades autónomas más exportadoras de España. De este modo, Andalucía pasó de un déficit comercial de 4.495 millones de euros al año en 2010, a un superávit de 1.448 millones de euros en 2016, y de 1.486 en los ocho primeros meses del año 2017. Esto se traduce en una mejora de 25,3 puntos de la tasa de cobertura andaluza, diez puntos más que la media española. Uno de los principales protagonistas

de este crecimiento fueron las exportadoras (20.843) crecen un 48%, 12 puntos por encima de la media de España, y las exportadoras regulares (4.815), 3 puntos menos que la media nacional. Todo este movimiento económico genera empleo. En estos últimos años ha crecido un 52% el empleo vinculado a la internacionalización, lo que supone una media de 16.484 empleos cada año hasta llegar a un total de 337.943. Respecto a los sectores, se ha incrementado un 42% en el sector agroalimentario y se ha triplicado las exportaciones en el sector aeronáutico. También se han diversificado los destinos: Asia (12,7%), África (87%), América (70%) y Europa (35%).

moria Democrática, Manuel Jiménez Barrios; el alcalde Málaga, Francisco de la Torre, y el presidente de IMEX-Impulso Exterior, Jaime Ussía.

Esta quinta edición está teniendo lugar en Málaga y cuenta con la participación de 59 países, a través

de 81 representantes comerciales, incluidos los 48 estados en los que presta servicios la Red Exterior de Extenda. Asimismo, se han inscrito 1.292 profesionales de 665 empresas (92% andaluzas y 8% del resto de España). Todos ellos han solicitado y concertado ya de manera

previa un total de 1.708 reuniones con los 81 representantes de los 59 países.

En sólo dos jornadas, las empresas están accediendo a información privilegiada y oportunidades de negocio, y a programar acciones comerciales en 59 países

por medio de reuniones b2b programadas con 81 agentes comerciales estratégicos: los representantes de la Red Exterior de Extenda en los 48 mercados que atiende, consejeros comerciales de embajadas en España y otros agentes de cámaras de comercio bilaterales, entidades públicas de apoyo a la inversión exterior y consultoras expertas en diferentes mercados. También al conocimiento de mercados, sectores y procesos de internacionalización, a través de 51 conferencias y mesas redondas.

Por otro lado, conocen los servicios fundamentales para el desarrollo de la actividad en el exterior con garantías que les ofrecen en 32 stands de la zona expositiva las principales entidades públicas y privadas de apoyo a la internacionalización de España, de los ámbitos financieros, logísticos, legales, de seguros, etc.

IMEX-Andalucía alterna su lugar de celebración entre Málaga y Sevilla. En la última edición, celebrada en Málaga, presentó un balance de 1.902 profesionales y 776 empresas andaluzas inscritas, que desarrollaron hasta 1.616 reuniones de negocio bilaterales con los agentes comerciales de los 45 países representados.

Récord exportador: Crece un 9%, tres veces más que el comercio mundial

NUEVO MÁXIMO/ Entre enero y septiembre España exportó 205.559 millones, cifra histórica que supera niveles precrisis. Las importaciones también registran un récord, con 224.414 millones, un 11% más.

I. Benedita. Madrid

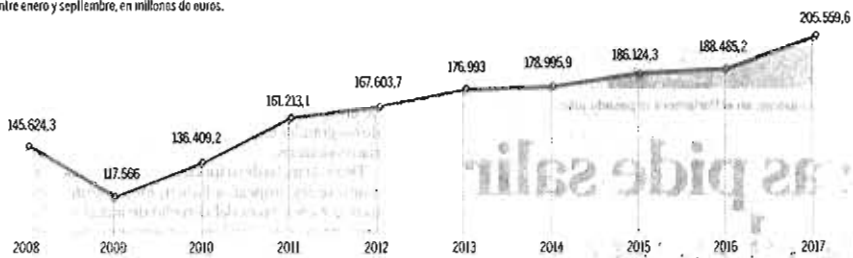
El motor de la economía española continúa a pleno rendimiento. Las exportaciones españolas, que suponen más del 30% del PIB, aumentaron un 9,1% entre enero y septiembre, hasta 205.559 millones de euros, dando muestra de la competitividad de la economía. La cifra constituye un nuevo récord en la serie histórica, superando con creces los niveles previos a la crisis. "España crece prácticamente al triple del ritmo del mercado internacional", subrayó ayer el ministro de Economía, Luis de Guindos, en su valoración del *Informe de Comercio Exterior*, elaborado por su cartera con datos hasta septiembre. Las exportaciones de la zona euro experimentaron un incremento del 7,4% y la Unión Europea un 7,7%. El comercio mundial, según la OMC, crece al 3,6% en 2017. En los 12 últimos meses, España exportó 271.604 millones, superando en un 7,6% el cierre de 2016, lo que augura un fin de año récord.

En el mismo periodo, las importaciones han experimentado otro récord, con un incremento todavía mayor, un 11,1%, alcanzando los 224.414 millones de euros en compras al extranjero. La tasa de cobertura -exportaciones sobre importaciones- se situó en el 91,7%. España, por tanto, compra al extranjero más de lo que vende. Esto arroja un saldo comercial deficitario que en los primeros nueve meses se disparó un 40,3% por encima del registrado en 2016, situándose en 18.561 millones. Aun así, se trata del tercer mejor registro en este periodo desde 1997, sólo superado en 2013 y 2016.

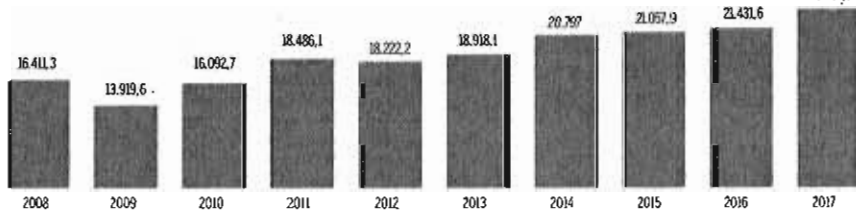
El déficit se debe principalmente a la diferencia entre el peso de lo que compra a Asia y lo que le vende. Mientras que España mantiene un superávit de 13.255 millones con la UE -a quien exporta el 66% de productos-, con países extracomunitarios mantiene un déficit que asciende a 31.816 millones. En el caso de China, España importa 19.186 millones (sobre todo juguetes y material de oficina) y exporta a sólo 4.580 millones (especialmente materias primas). Eso sí, las exportaciones están aumentando a un ritmo de

CIFRAS HISTÓRICAS EN COMERCIO EXTERIOR

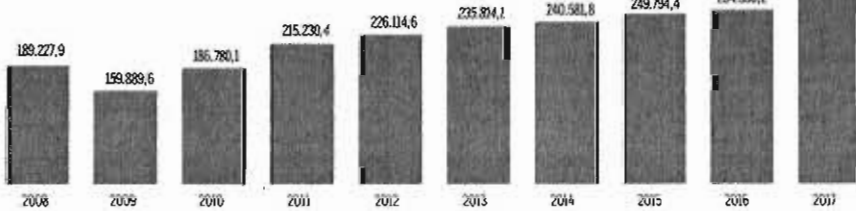
> Evolución de las exportaciones españolas
Entre enero y septiembre, en millones de euros.



> En septiembre
En millones de euros.



> En el año
En millones de euros.



Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

Expansión

22%. En términos de volumen, sin embargo, las exportaciones crecen por encima de las importaciones (un 8,5% frente a un 5,6%) debido a que el precio de lo que España vende ha subido sólo un 0,4% respecto al 5,2% de lo que compra. "Estamos hoy en cifras de importación equivalentes al año 2008, pero en exportaciones estamos muy por encima de los datos de ese año", explicó ayer la secretaria de Estado de Comercio, Mariña Ponceña, en declaraciones a EXPANSIÓN, tras la inauguración del *Madrid Retail Congress 2017*. En el mismo periodo de 2008 España exportó 145.624 millones e importó 220.413.

El sector exterior, que co-

bró importancia durante la crisis, hoy sigue creciendo a la vez que aumenta la demanda interna. "Las empresas siguen apostando por la actividad exterior a pesar de la recuperación de la demanda interna, y cuando llevamos tres años creciendo al 3%", apuntó ayer el presidente del Club de Exportadores, Antonio Bonet. Cabe recordar que 2016 fue un año excepcional, favorecido por la contención de la inflación y los bajos precios de la energía, que permiten que las empresas bajen precios para ganar cuota comercial. En 2016, la cuota mundial española pasó del 1,7% al 1,8%. "En 2017 volveremos a subir", añade Ponceña, algo que resulta complica-

do, teniendo en cuenta la competitividad de mercados emergentes como China. La comunidad con más cuota de exportaciones, Cataluña, con un 25,6% del total, creció, sin embargo, por debajo de la media (un 8,4%) y cuatro décimas por debajo del ritmo al que evolucionaba entre enero y agosto (8,8%).

El sector que más contribuyó al crecimiento de exportaciones fue productos energéticos, que aumentó un 53,5% y contribuyó con 2,6 puntos, gracias a las ventas de petróleo y derivados a Francia, EEUU, Países Bajos y Marruecos. Bienes de equipo lidera la cuota de exportaciones (20,4%) y subió un 10,5%, gracias a las ventas de aereona-

ves a Alemania; Alimentación, bebidas y tabaco, creció un 7,3%, copando el 17% del total gracias a ventas de aceites y grasas. Los únicos sectores que lastraron las ventas fueron Otras mercancías (-15%) y Automóvil (-0,8%), por las menores ventas a Reino Unido, Turquía, Francia y EEUU. España registró hasta octubre una caída del 4% en producción de coches, el mayor retroceso en Europa.

Las importaciones de productos energéticos (13,2% del total) subieron un 41,7%. Bienes de equipo (21,4% del total) avanzaron un 10%, una buena señal, ya que las empresas adquieren bienes de equipo para a su vez producir bienes de consumo.

EL SECTOR EXTERIOR

23.257 millones

España exportó 23.257 millones de euros en septiembre, un 8,5% más que en el mismo mes de 2016, mientras que las importaciones aumentaron un 7,4%, hasta 25.405 millones. Corrigiendo la estacionalidad, los aumentos son del 12,3% en exportaciones y del 11,6% en importaciones.

65,9%
A la UE

Las exportaciones dirigidas a la UE (el 65,9% del total) subieron un 8,1%, en especial por Francia, pero cayeron un 1,7% en Reino Unido. Las ventas fuera de la UE (34,1% del total y subida incremento del 11%) vinieron impulsadas por el aumento de las ventas a China (24%), Marruecos (19%) y México (15%).

96%
en Baleares

El valor de las exportaciones se incrementó en 14 comunidades autónomas y se redujo en el resto. En Baleares aumentó un 96,1%, gracias al turismo, seguida de Canarias (30%) y Asturias (24%). Navarra sufrió el mayor descenso, del 5,6%. Cataluña sigue liderando en cuota (25,6%).

49.165 regulares

Hasta septiembre se contabilizan 49.165 exportadores regulares (durante al menos cuatro años). Esto supone un 39% del total y un aumento del 1,7%. Un dato importante para medir el grado de internacionalización de las empresas. En total, se registraron 126.086 exportadores, (-0,5%).