



EL OBSERVADOR

NÚMERO 41 · MÁLAGA · FEBRERO - MARZO 2004 · TERCERA ÉPOCA ·

3 Euros

la demanda continúa

CEMCÁMARA



Costa del Sol

Un lugar donde vivir rodeado de encantos:
Playas, Golf, Vela, Tenis, etc.
Un lugar donde invertir para su tranquilidad
y el confort de su familia.



aifos
PROMOCIONES INMOBILIARIAS

*La mayor oferta inmobiliaria
en: la Costa del Sol*



EXCLUSIVE RESORT
GVADALPIN
★★★★★
BANUS
MARBELLA



Jardines de Benalmádena



Exclusive Resort Guadalpín Banús



Calahonda Hill

MARBELLA
Boulevard Príncipe Hohenzollern, s/n

MALAGA
C/Alfonso XII

MADRID
Torre de Colón
Plaza de Colón nº2, Torre 1, 2ª A

BARCELONA
Avinguda Diagonal nº 813 - 4ºB

902 46 01 02

www.aifos.es

aifos
PROMOCIONES INMOBILIARIAS

EL OBSERVADOR

Revista de Culturas Urbanas
febrero-marzo 2004 - número 41
una publicación de
AIRON SESENTA, S.L.
www.airon60.com

Director
FERNANDO RIVAS

Coordinación Redacción
CARLOS J. RODRÍGUEZ

Coordinación Producción
ANTONIO TERUEL

Coordinación Promoción
TRISTÁN GOÑI

Diseño y composición
AIRON SESENTA, S.L.
C/Fernando Camino 11 - 1º A
29016 Málaga
Tlf.: 95 222 67 90 · Fax: 95 221 51 31
elobservador@airon60.com

Colaboran en este número:
ROCIO BERROCAL
FRANCISCO J. GUERRERO
LOBERA
ERNESTO FERNÁNDEZ SANMARTÍN
SILVIA REVENGA VERDÚ
MARÍA TORRES ROJAS
CARMEN PORTILLO RUIZ
ELOY HERRERA PINO

Imprime:
GRÁFICAS SAN PANCRACIO
Orotava, 7 Málaga · Polígono San Luis
Tlf.: 95 234 24 04

Distribución:
SOCIEDAD GENERAL
ESPAÑOLA DE LIBRERÍAS
Polígono Guadalhorce · Málaga
Tlf.: 95 224 81 00

D.L.:
MA-959-02
ISSN:
MA-1138-1051

Esta publicación no se hace responsable necesariamente de las opiniones de sus colaboradores

Los recuerdos míticos y las ficciones contemporáneas coinciden en mostrar la ciudad -ésta- como un hábitat cálido, sensual y sinuoso. Razón de sobra para que su Hijo Más Ilustre la evoque sistemáticamente en tantas obras en forma de mujeres peatonales emanando vapor de incienso, clavel en el pelo, puñal en el pecho.

Sin embargo, un visionado de los datos proporciona una muestra gráfica de la escasa potencia de la economía local. Situando en primer plano la experiencia cotidiana: la significativa queja de los nativos, incluso más que de los visitantes que vienen por miles y miles a visitar y visitar el museo del Ilustre Hijo Pródigo; la gente que en Málaga viene y va ve la camorra de los mendigos, acosadores de la palma extendida por todos lados, el gran complot de la miseria contra la ciudad del paraíso inmobiliario. Los datos cantan, es difícil disimular 300.000 pobres (en euros) y 1.500 personas abandonadas en la calle, incluidas las ya peatonalizadas por el Malagueño Más Universal. Nunca hay que disimular la miseria, basta dejar los datos a oscuras.

Para quienes piensan que la ciudad -ora tumbada en el diván, ora correteando por la orilla-, está sujeta a tiradas de dados que pueden dejarla tendida y sin ropa boca arriba en medio del campo; para quienes creen que pueden atisbar ese futuro, olvidando deliberadamente que por ella no pasan los años y que podrá mostrarse desnuda en la yerba hasta el final de los tiempos, esta admonición: en el nombre del Hijo (sí, de ese), en el nombre del AVE, en el nombre del tranvía y del área periurbana y metropolitana, y de la autovía de los montes, y de la floresta de hormigón que orna el litoral, en el nombre del progreso y de la fuente de las gitanillas sobre las fosas de rojos: nadie va a impedir que esta ciudad llegue a ser lo que, con la productividad que transmitió al Hijo Único, se propuso hace ya cuatro décadas.

En el 2019, Málaga habrá dejado atrás cualquier ficción hipnagógica para ser una ciudad tan de su tiempo como cualquier metrópolis norteamericana. Ahí les duele. Esta vocación de futuro losangelino y californiano de la ciudad es lo que saca ampollas a



esos que creen que hay que parecer, incluso ser europeos (y más: de *estirpe mediterránea*).

En plena coherencia con el mundo al que se dirige y en coseguidencia de su dirigente verdadero, la ciudad, verdadera capital del sur de este país por fin verdadero ahora que ha encontrado su sitio en el mundo, y se respeta a sí mismo mucho más de lo que nunca antes de ahora -salvo aquella época maravillosa-, será americana: con sus multinacionales, sus armas, sus pavos de plástico, su payaso al teléfono rojo y sus *homeless*.

Hemos hecho parte. Hay que continuar. Basta mantenerse firme, sin desalentarse ni dormirse en los laureles. Debemos seguir el ejemplo del Gran Hijo, esforzarnos en avanzar un poco cada día. Hasta que, por fin, los 300.000 sean el doble; los 1.500, el triple; los curas sólo manden, la benemérita nos proteja de nosotros mismos y el próximo Ilustre Hijo Pródigo demuestre que lo es viviendo bien lejos de aquí ochenta de sus noventa años de existencia. Sólo hay que votar. Al PP. Suerte, éstas pueden ser las últimas elecciones en los próximos cuarenta años.

Documentos-1 / 2

Caso Cemcámara/ Se amplía la demanda

Documentos-2 / 7

Unicaja/ Bienvenido al Consejo

Opinión / 11

Preguntas con respuesta:

Por Fernando Rivas

Actual-I / 18

La Diputación se gasta los millones en corridas

Actual-2 / 21

Málaga en el Sáhara

Opinión-II / 23

Los Saharuis quieren votar sobre su futuro

Francisco J. Guerrero Valle

Actual-III / 33

Pobreza y miseria: más de 300.000 personas malviven en Málaga

S u m a r i o

el observador 41 / febrero-marzo 2004

PAPELES DE TURISMO EL OBSERVADOR, 25

Informe Las cifras del turismo 25

Grandes planes, 26

Grandes inversiones, 27

Futuro cercano, 28

2003: Balance, 29

Ferias/promoción 30

Punto de partida, Londres, 30

Desembarco en China, 31

Contraportada, 32

Exposición: estampas del ayer 31



EXISTENCIAS / 37

XTCLACOSTA. La Posada de Antonio / 37

XTCRUTAS. Entre sierras y tajos-Azarquia alta / 41

XTCSITIOS. Antequera Golf / 45

XTCSITIOS. Restaurante Rojo / 49

XTCCOSTAMULTICOLOR. Un trozo de África en Málaga / 51

XTCSOSTENIBLES. 100% Ecológico / 53

XTCPROYECTOS. Pasión por el sonido / 55

la demanda continúa

EL OBSERVADOR

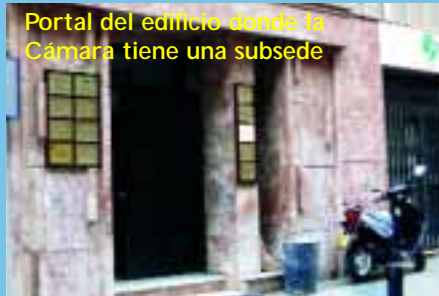
C caso Cem Cámara



La Habana



Portal del edificio donde la Cámara tiene una subsede



Jerónimo Pérez Casero,
presidente de la CemCámara

a denuncia presentada el pasado año contra la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga por supuestos gastos irregulares puede ser ampliada en breve, cuestión que en estos momentos está en estudio.

Algunos miembros ya han mostrado públicamente su malestar o sus resquemores, como son los casos de Tomás Ruiz y de Francisco Cárdenas. Este último, por ejemplo, ha pedido que se abra un expediente con documentación de las empresas a las que se les conceden subvenciones para saber si cumplen los requisitos y "para no vulnerar el marco de actuación de la Cámara de Comercio e incurrir en un posible o presunto delito de malversación de fondos públicos", tal y como afirmó en el Pleno del 29 de julio de 2003. Medio año después el presidente Jerónimo Pérez no ha hecho nada al respecto.

El fiscal jefe de la Audiencia Provincial de Málaga ha solicitado a la Cámara de Comercio diversa documentación en relación con posibles irregularidades
En el pleno de esta entidad pública existe una inquietud creciente por las múltiples subvenciones que se conceden y la forma en que se dan, muchas de ellas con advertencias del secretario de posible ilegalidad. El uso que la dirección de la entidad hace del presupuesto de la Cámara se pone en cuestión cada vez con mayor frecuencia

el fiscal jefe de la AP pide documentación

José Cosme, delegado de la Consejería de Economía de la Junta de Andalucía, incluso llegó a tomar la palabra durante el Comité Ejecutivo del 20 de octubre de 2003 para advertir de las posibles ilegalidades que se estaban cometiendo con los procedimientos seguidos para conceder ayudas y subvenciones. En el punto de mira están, entre otras cuestiones, varias partidas económicas dadas a asociaciones empresariales que son dirigidas o a las que pertenecen miembros del Comité Ejecutivo y del Pleno de la Cámara, y con las que poseen una relación directa.

Instaurar la figura del contador o profesional que fiscalice las cuentas y lleve un control de gastos ha sido otra de las peticiones realizadas a la presidencia, que también ha desestimado la propuesta, esta vez de la propia Secretaría General de la Cámara. Esta petición se realiza en noviembre de 2002, cinco meses después de tomar posesión la nueva directiva, con Jerónimo Pérez como presidente. La Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) controla tras las últimas elecciones la mayoría de la entidad, que está sometida a la intervención y fiscalización de sus cuentas por ser un organismo de carácter público. El 6 de noviembre, el secretario presenta un informe en que afirma: "parece conveniente el nombramiento del Contador" en la Cámara, figura inexistente hasta ahora, que se encargaría del "control y fiscalización interna de la gestión económico-financiera y presupuestaria, interviniendo todos los documentos de ingresos y gastos y supervisando la contabilidad", según escribe citando la Ley 10/2001, de 11 de octubre, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Andalucía.

CASO OMISO

El secretario apuesta por profesionalizar estas funciones, ya que sostiene que la inexistencia de esta figura "obliga a que la fiscalización y control de los aspectos financieros y económicos se tenga que llevar a cabo a través de órganos o personal de la Cámara que son quienes realizan la actividad de administrar en su más amplio sentido", aludiendo a que se carece de la independencia necesaria. Pese a la recomendación hecha en el escrito, la dirección de la Cámara hace caso omiso ya que la figura del contador no es obligatoria: en la ley 10/2001 habla de que dicho puesto "podrá existir". Al no haber imposición no adopta la medida. No existe actualmente nadie que realice esta función, sólo un tesorero que lleva las cuentas.

Un nuevo escrito, que presenta Tomás Ruiz en el pleno de marzo de 2003, vuelve a plantear dudas sobre la gestión de la Cámara

Paisaje típico cubano



“Son tema de comentario los gastos despilfarradores y los viajes de la Cámara a la zona del Caribe”

por la actual directiva. Ruiz refleja que entre gran parte del empresariado de Málaga "son tema de comentario *vox populi*, hasta en un tono humorístico, los viajes de la Cámara, fundamentalmente a la zona del Caribe, y los gastos despilfarradores y la utilización personal que ciertos representantes de la Cámara hacen con el dinero de la propia Cámara". También pide al presidente que investigue los hechos y pregunta por qué el Comité Ejecutivo de la entidad modifica en enero de ese mismo año los mecanismos para aprobar el dinero que se destina a estas misiones. "¿Qué se había detectado para hacer estos cambios?" pregunta este miembro del pleno.

Al mes siguiente del pleno, del 5 al 11 de abril, una expedición costeada por la Cámara viaja a Cuba para realizar "una misión institucional", según se afirma desde la entidad. Los participantes en esta actividad son el vicepresidente de la entidad, Rafael García Padilla; el vicepresidente ejecutivo de Unicaja, Mariano Vergara; y el empresario Federico Garret y el escritor Alfredo Taján,

en calidad de "expertos en la materia", según ha podido saber EL OBSERVADOR. En una factura fechada el 30 de abril, se consigna un gasto de 12.600,44 € para el viaje de estas cuatro personas, de los que 4.650 € corresponden a García Padilla y más de 3.900 € a Vergara. Jerónimo Pérez declara oficialmente más adelante que el desembolso total para el viaje fue de 15.000 €. El aviso de esta misión sólo se le notifica al Comité Ejecutivo de la Cámara una vez realizada y con la única intención de aprobar los gastos.

En el Comité Ejecutivo del 2 de julio de 2003 el presidente Jerónimo Pérez informa que en abril "se llevó a cabo la misión institucional a Cuba para la presentación, entre otros, del proyecto de los Picassos Negros". Relata que en nombre de la Cámara asistió el vicepresidente García Padilla, "e invitados por la Corporación el vicepresidente ejecutivo de Unicaja (Mariano Vergara) y dos personas expertas en la materia (en referencia a Taján y a Garret), habiendo ascendido los gastos de viaje y estancia a unos 15.000€".

Tras dicha intervención, el secretario hace una seria advertencia e informa de que no consta "antecedente escrito alguno sobre este asunto y que conforme a lo dispuesto en el artículo 52 del Reglamento de Régimen Interior, los recursos de la Cámara deben destinarse exclusivamente al cumplimiento de los fines de la Corporación consignados

Cámara que le invite y después le agradece la invitación que él mismo ha solicitado.

EXTRAÑAS FORMAS

Las advertencias hechas al presidente sobre la forma de proceder de la Cámara afectan también a una serie de ayudas y subvenciones realizadas. En el Comité Ejecutivo del 2

para que desarrollen durante un periodo determinado sus trabajos o estudios en ella".

El Comité también acuerda por unanimidad conceder a la misma Asociación de Comerciantes de Mercados Municipales "una subvención de 6.000 euros como colaboración a los gastos que llevará consigo la cena organizada con motivo de la Jornada

El Comité Ejecutivo de la Cámara concede, por unanimidad, a la Asociación de Mercados Municipales "una subvención de 6000 como colaboración a los gastos que llevará consigo la cena organizada con motivo de la jornada Mercado de El Palo 2003"



Mercado de Atarazanas



Mariano Vergara, vicepresidente de Unicaja



Cuba. Las pinturas prehistóricas

en la Ley Básica de las Cámaras de Comercio y en la Ley de las Cámaras de Andalucía, sin que por ningún concepto puedan destinarse a otros diferentes".

El presidente replica que en cuanto a la falta de antecedente escrito, "esta misión responde a una petición de colaboración hecha por una institución seria, como Unicaja". Tal y como figura en una carta que Mariano Vergara remite a Jerónimo Pérez el 7 de mayo de 2003, el vicepresidente ejecutivo de Unicaja comunica: "Quiero con estas líneas agradecerle tu colaboración así como tu invitación a La Habana". Primero pide a la

de julio de 2003 el secretario vuelve a mostrar su disconformidad sobre la cesión de un local propiedad de la entidad (situado en la calle Pedro de Toledo, 1) a la Asociación de Comerciantes de Mercados Municipales de Málaga. Este establecimiento, utilizado hasta la fecha por el Centro de Iniciativas Turísticas de Málaga y al que se le niega poder seguir con su uso, es concedido al asesor de dicha asociación de mercados para que realice su trabajo durante media jornada. La concesión se hace tras apuntar el secretario que los bienes de la Cámara "no deben ponerse a disposición de entidades extrañas a la misma

Mercado de El Palo 2003". Nuevamente el secretario "hace advertencia de ilegalidad en base a que por ningún concepto pueden destinarse los recursos de la Cámara al cumplimiento de fines que no sean los consignados en la Ley 3/93, de 22 de marzo, y en la Ley 10/2001, de 11 de octubre". El presidente de esta asociación de comerciantes es José Antonio Veneroni, que a su vez es vocal del Pleno de la Cámara de Comercio.

Hay algunos ejemplos más de este tipo de decisiones y de las advertencias que llevan aparejadas. La dirección de la Cámara no sólo es criticada por estas cuestiones. El des-

interés en facilitar documentación y realizar una gestión transparente también levantan suspicacias. El presidente del organismo, Jerónimo Pérez, contesta unas preguntas formuladas por el vocal Tomás Ruiz siete meses después, y con varios plenos y comités ejecutivo de por medio entre la realización de las preguntas (en diciembre de 2002) y sus respuestas (el 29 de julio de 2003).

Las respuestas no entran en detalles y las solventa con pequeños apuntes como el ejemplo siguiente: Respecto a los regalos de Navidad que realiza la Cámara Jerónimo Pérez, tras una breve introducción, manifiesta que su deseo "es no crear polémica sobre este asunto, que da por zanjado", según consta en el acta de dicho pleno de julio.

En ese mismo pleno, y debido al creciente malestar, Francisco Cárdenas plantea que debido a las "múltiples subvenciones que está realizando la Cámara de Comercio para actos de distintas asociaciones empresariales y de comercio" se debería debatir en el siguiente pleno sobre la necesidad de crear un expediente (del cual presenta un primer borrador) para cada solicitud de subvención con un mínimo de información para determinar la concesión de la ayuda solicitada. En esa información debe figurar, por ejemplo, un "certificado de que la asociación se halla legalmente constituida", un certificado de estar al día en las declaraciones de Hacienda, de la Seguridad Social... justificación del gasto con facturas y otras cuestiones.

Cárdenas insiste en este aspecto "para no vulnerar el marco de actuación de la Cámara de Comercio e incurrir en un posible o presunto delito de malversación de fondos públicos". Más de medio año después de la petición, aún no se ha hecho nada.

El Observador, tras descubrir la identidad de las "dos personas expertas en la materia" (según el presidente de la Cámara, Jerónimo Pérez) que acompañaron a García Padilla y Mariano Vergara en su viaje a

Palabra de expertos en la materia

EL OBSERVADOR

Cuba se puso en contacto con ellas para conocer en qué consistía el proyecto de los Picassos Negros. Alfredo Taján (recién nombrado director del

Instituto Municipal del Libro) nos remite directamente a la Cámara y no desea hablar sobre el tema. "No echo balones fuera sino simplemente os digo que vayáis directamente a hablar con ellos". Tan sólo declara: "Es un proyecto bonito; estaría bien la edición de un libro" para a continuación añadir: "Pero en otros aspectos yo no te puedo decir nada más. Si no, entramos en otros temas que a mi no me atañen. Yo simplemente he estado vinculado a eso desde una perspectiva cultural". Y concluye: "Yo hace tiempo ya que estoy en otra historia, he terminado mi novela".

Lo poco que dice entra en contradicción con las declaraciones del otro experto en la materia, Federico Garret: "Alfredo Taján tiene parte de la documentación y está haciendo el estudio junto a otras personas". "Es un estudio -explica- sobre la familia de Picasso en La Habana en el que colaboraba la parte cultural del Ayuntamiento, la Cámara y Unicaja". Cuando se le pregunta sobre qué conclusiones o memoria presentaron a la Cámara

tras el viaje, responde: "Hasta que no se estudie la documentación [obtenida en Cuba] yo creo que no hay nada. Realmente de eso tampoco hace tanto tiempo", refiriéndose a un viaje que tuvo lugar del 5 al 11 de abril de 2003, 10 meses antes de hacer estas declaraciones (enero).

A la cuestión de cuál es su misión en el viaje, Garret afirma que es el intermediario entre la Cámara y el doctor Picasso, puesto que lo conoce de otros viajes. Sin embargo, más adelante afirma: "Telefónicamente ellos ya habían hablado [el doctor Picasso y la Cámara de Comercio] e incluso ya se había tomado un primer contacto en un viaje anterior que hizo la Cámara". Al volver a preguntar por el motivo por el que la Cámara y Unicaja ven conveniente que viaje, Garret, tras balbucear, afirma: "No yo yo soy... el bulto, lo que pasa es que estoy interesado mucho en la cultura cubana. Me interesan las relaciones hispanocubanas porque tengo cariño por Cuba".

Este viaje le costó a la Cámara de Comercio 15.000 euros.



Desde la derecha:
Diego Maldonado
Mariano Vergara
Salomón Castiel

El Festival de Cine de Málaga pide una subvención de 90.000 euros

Entre las peculiares peticiones de subvención realizadas a la Cámara de Comercio figura la del Festival de Málaga de Cine Español para la financiación del proyecto *Málaga Audiovisual*.

La cantidad solicitada por el director del Festival, Salomón Castiel, y el concejal de Cultura del Ayuntamiento, Diego Maldonado, es de 90.000 euros, según se informa en el Comité Ejecutivo de la Cámara realizado el 28 de julio de 2003.



QUM ES MÁS

Qum es diseño. A tu estilo. A tu forma de vida. A tu gusto. Qum es calidad. Los mejores materiales. Las líneas más puras. Qum es servicio. Proyectos a tu medida. Transporte. Instalación. Qum es garantía. De servicio. Qum es precio. Porque el mejor diseño no tiene por qué ser el más caro. Qum es más. Mucho más.

Qum
muebles

MUNDO
INTERIOR

Qum distribuidores de *línea*



ALGECIRAS
Juan Morrison 33, 35
Tel.: 956 66 49 99
Fax: 956 63 23 38
11201 Algeciras

GRANADA
Camino Ronda 64, 66
Esq. Alhambra
Tel.: 958 26 16 25
Fax: 958 25 79 49
18004 Granada

HUELVA
Alameda Sundholm 20
Tel-Fax: 959 28 01 72
21003 Huelva

JAÉN
Paseo de la Estación 58
Tel-Fax: 953 26 23 10
23007 Jaén

MÁLAGA
Heracleo Largo 19
Tel.: 952 33 19 04
Fax: 952 35 05 12
29006 Málaga

FUERTEVENTURA
Secundino Alonso, 51
Tel.: 928 53 27 68
25600 Puerto del Rosario
(Fuerteventura)

www.qum.es
606 43 68 59

Unicaja

se renueva

EL OBSERVADOR



La mayor entidad financiera de Andalucía celebró el pasado 17 de enero una asamblea extraordinaria para adaptarse a la nueva ley. Los partidos políticos siguen dominando la caja

Los medios de comunicación de la ciudad han informado sobre la 'renovación' de Unicaja como una pérdida de poder político, con frases como: "Los partidos pierden peso en beneficio de los empleados y otras organizaciones" o "aumenta la presencia de trabajadores y clientes y baja la cuota política". Nada más lejos de la realidad. El cambio ha sido únicamente de forma pero no de fondo. Los partidos políticos siguen dominando el devenir de la entidad financiera y el reparto de poder está marcado por las tendencias políticas, como se puede comprobar en el cuadro explicativo del artículo. Unicaja se ha renovado para quedarse como está.

La adaptación de las cajas de ahorro andaluzas al nuevo marco jurídico que las rige es obligatoria. Las leyes de ámbito regional y estatal (Ley Andaluza de Cajas de

y se queda como estaba

Ahorro de 1999 y la Ley Financiera estatal aprobada por el Gobierno central a finales de 2002) han intentado que con la reforma haya una pérdida de poder de los partidos políticos y de las administraciones locales en los consejos de administración de las cajas. El intento se ha quedado en el camino, si es que realmente se ha intentado.

Según se aprecia en cuadro adjunto, la presencia de personas con un importante vínculo a un partido político es mayoritaria. Los miembros no son nombrados por su calidad de gestión empresarial y conoci-

tos demostrados del mundo financiero y de la empresa sino por su adscripción política.

La renovación de los órganos de poder de Unicaja se realizó mediante una Asamblea extraordinaria. Dicha asamblea es el máximo órgano de representación de la entidad. Está compuesta por 160 miembros que eligen al Consejo de Administración y a la comisión de control (mecanismo que debe asegurar el correcto funcionamiento de la firma financiera y controlar la gestión de la dirección). El Consejo de Administración resultante de la renovación deparó las mismas caras cono-

cidas de siempre. Sólo cambió una persona en los cinco primeros puestos. Braulio Medel continúa como presidente ejecutivo, puesto que ocupa desde 1991 cuando se fusionaron las cajas de Ronda, Antequera, Málaga, Cádiz y Almería. Se perpetúa en el cargo seis años más. Como vicepresidente primero repite Mariano Vergara, y Manuel Jiménez como vicepresidente segundo. Agustín Molina es el secretario. El único cambio estriba en el puesto de vicesecretario, Santiago Orosa releva a Javier Berlanga; todos íntimamente ligados a partidos políticos.

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE UNICAJA

NOMBRE	CARGO EN 2001	CARGO EN 2004	TENDENCIA	OBSERVACIONES
Braulio Medel Cámara	Presidente Consejo Administración	Presidente Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	PSOE	Elegido por los ayuntamientos como su representante. Aunque adscrito al PSOE, muchos políticos de su partido opinan que en realidad sólo está adscrito a él mismo. Ha conseguido heredarse durante años -más de 20 al final-. Cumplirá su misión de jubilarse como Presidente de Unicaja. Aunque es obvio, repite en el Consejo
M ^a Luisa Bustinduy Barrero	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	PSOE	Elegida por la Junta de Andalucía como su representante. Secretaria general del PSOE de Málaga. Correligionarios suyos opinan que su capacidad para estar en los órganos de gobierno de Unicaja no se pone en duda porque nadie se la reconoce, y que se paga así su adhesión al sector más arcaico del partido. Repite en el Consejo
Juan Fraile Cantón	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración	PSOE	Elegido por la Diputación de Málaga como su representante como entidad fundadora de Unicaja. El PSOE recompensa la devoción que tuvo al dejarse destituir, con muy poco pataleo, como presidente de dicha Diputación, que ahora lo nombra su representante, en vez del presidente en ejercicio, algo habitual hasta la fecha. Repite en el Consejo
Manuel Jiménez Barrios	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración	PSOE	Elegido por los ayuntamientos como su representante. Es alcalde socialista de Chiclana y vicepresidente de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias. Vicepresidente 2 ^o . Repite en el Consejo
Agustín Molina Morales	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	PSOE	Ha tenido la suerte de ser elegido por sorteo entre los cientos de miles de impositores de Unicaja como su representante. Repite como secretario del Consejo de Administración y Secretario de la Comisión Ejecutiva. En el Consejo desde hace más de 10 años. Catedrático de Hacienda Pública de la Universidad de Almería. Un clásico en Unicaja. Experto en Flamenco. Repite en el Consejo
Francisco Herrera Núñez	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	PSOE	Elegido por los empleados como su representante. Es secretario general de UGT/Unicaja. Repite en el Consejo
Javier Arcas Cubero		Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	Cercana a la Presidencia/ PSOE	Elegido como representante de la Fundación Moctezuma, de Ronda, una de las entidades Fundadoras de Unicaja. Es abogado. Repite en el Consejo
Ginés García Beltrán	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración	Cercana a la Presidencia/ PSOE	Elegido su representante por el Obispado de Almería como entidad fundadora de Unicaja. Es vicario de la Diócesis de Almería. Repite en el Consejo
Rosario Mora Cabezas		Miembro Consejo Administración	Cercana a la Presidencia/ PSOE	Elegida por sorteo entre los cientos de miles de impositores de Unicaja como su representante

EN PORTADA • EL OBSERVADOR • EN PORTADA

El caso del secretario actual, Agustín Molina, es curioso. Presente en la dirección de la entidad durante más de 10 años seguidos, también ocupó en el anterior Consejo de Administración el puesto de secretario merced a que entró gracias a la cuota de impositores o clientes. En esta renovación ha tenido la suerte de ser una de las 450 personas elegidas por sorteo entre cientos de miles de clientes, circunstancia que le da la opción de seguir en la dirección de Unicaja.

Las nuevas leyes obligan a modificar los porcentajes en representatividad del conse-

jo e incluso su número de miembros, pero el pacto existente entre todos los partidos políticos ha hecho que el equilibrio de fuerzas se haya trasladado de la anterior directiva a la actual, que casi es la misma.

ABRIRSE A LA SOCIEDAD

El Consejo de Administración de Unicaja ha pasado de 18 a 20 miembros. Por ley se ha dado cabida a 2 nuevos vocales representando a 'Otras organizaciones', con el fin de conseguir una apertura de las cajas de ahorro a la sociedad. Las corporaciones locales

(donde existen oficinas de la entidad financiera) aportan 4 miembros cuando antes eran 6; la Junta de Andalucía también baja su cuota de 4 a 3; las entidades fundadoras (Diputación de Málaga, Obispado de Almería y Fundación Moctezuma) mantienen sus 3 miembros, los impositores (clientes de Unicaja) suben uno y pasan de 4 a 5; los empleados de la caja aumentan de 1 a 3 representantes. En total, las 20 personas del Consejo de Administración.

Cinco de los 20 puestos del Consejo de Administración están ocupados por imposi-

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE UNICAJA

NOMBRE	CARGO EN 2001	CARGO EN 2004	TENDENCIA	OBSERVACIONES
José Luis Gómez Boza		Miembro Consejo Administración	PSOE	Elegido por "otras organizaciones" como su representante. Director técnico de la Asociación de Consumidores de Adalucía UCA/UCE y árbitro del Colegio Arbitral de Consumo de Andalucía
Martín Soler Márquez		Miembro Consejo Administración	PSOE	Elegido por la Junta de Andalucía. Es secretario general del PSOE de Almería y parlamentario andaluz por dicho partido
Mariano Vergara Utrera	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	PP	Elegido por los ayuntamientos como su representante. Es vicepresidente 1º ejecutivo, aunque no le dejen ejecutar mucho. Un clásico en los órganos de gobierno. Le asignaron a la Fundación Unicaja. Disfruta con los viajes. Repite en el Consejo
Joaquín Ramírez Rodríguez	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	PP	Elegido por la Junta de Andalucía como su representante. Es presidente del PP de Málaga, concejal de su Ayuntamiento, portavoz del PP en su Diputación y parlamentario andaluz. Muy aficionado al género epistolar. Repite en el Consejo
José Loaiza García	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración	PP	Elegido por los ayuntamientos como su representante. Abogado. Concejal de Urbanismo en el popular ayuntamiento de Cádiz. Repite en el Consejo
Federico Beltrán Galindo	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración	PP	Elegido directamente como representante de los impositores por ser persona de "reconocido prestigio", sin entrar en sorteo por ello. Fue concejal del PP en el ayuntamiento de Málaga. Empresario de éxito en el sector de la carne. Repite en el Consejo
Pedro Fernández Céspedes	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	PP	Elegido por sorteo entre los cientos de miles de impositores de Unicaja como su representante. Periodista almeriense. Repite en el Consejo
Santiago Orosa Vega	Miembro Consejo Administración	Miembro Consejo Administración	IU	Elegido directamente como representante de los impositores por ser persona de "reconocido prestigio", sin entrar en sorteo por ello. Fue concejal de IU en el ayuntamiento de Torremolinos. Vicesecretario del Consejo. Repite en él
Ildelfonso Dell'Olmo García		Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	PA	Elegido por "otras organizaciones" como su representante. Parlamentario andaluz por el PA. Accede al Consejo por primera vez. Hombre de suerte
José Luis Cid Jiménez		Miembro Consejo Administración y de la Comisión Ejecutiva	CCOO	Elegido por los empleados como su representante. Es secretario general de CCOO/Unicaja
José Vargas Lirio		Miembro Consejo Administración	SECAR	Elegido por los empleados como su representante. Miembro del hasta ahora combativo Sindicato Empleados Credito y Ahorro Reunidos (SECAR)

tores o clientes de la caja. En teoría estas cinco personas son totalmente independientes puesto que su designación es, al principio, por sorteo. Tener un 25 por ciento del consejo en manos de clientes es, sin duda, una forma segura de abrir los órganos de dirección a la sociedad y de que ésta tome parte en las decisiones de la entidad. La teoría está, sin embargo, puesta en duda por personas dentro de Unicaja y por otras que han tenido alguna experiencia con las elecciones, como es el caso de María Teresa Aguado, abogada laboralista de profesión, que fue ele-

Entre los cientos de miles de clientes salen 450 personas que, tras unas elecciones entre los propios impositores elegidos, designan a los 45 (cifra que ahora ha cambiado a 43) consejeros que representan a los impositores en la Asamblea General.

Estas 45 personas son las que eligen más tarde a los 5 consejeros que entran en el Consejo de Administración dentro de la cuota de los impositores o clientes. Todos los impositores tienen derecho, si lo desean, a crear una candidatura o a formar parte de alguna.

núa Aguado, que afirma que solicitó formalmente recibir esa denegación.

El 28 de julio la cabeza de lista recibe una carta de la entidad firmada por Ramón Sedeño, presidente de la Comisión de Control, afirmando entre otras cosas lo siguiente: "En relación con el acto de elección de los Consejeros Generales representantes de los impositores en la Asamblea General de la Entidad (...) le comunico que, al haberse presentado una sola candidatura (...) la Comisión Electoral (...) ha proclamado a los candidatos presentados Consejeros



“Está todo preparado por la dirección de la entidad, y con el beneplácito de los partidos políticos”



gida por sorteo entre los impositores para tomar parte en las elecciones de consejeros generales de Unicaja en el año 2001, y que incluso llegó a poner una demanda en el juzgado a la entidad financiera por supuestas irregularidades en el proceso electoral. "Está todo preparado por la dirección de la entidad y con el beneplácito de los partidos políticos, es algo que está pactado de antemano; ellos mismos se adjudican los puestos", comenta Aguado, que asegura: "Me vi metida sin querer en todo el problema".

Según relata esta cliente de la entidad, un día el director de su sucursal le comunica que ella ha sido seleccionada dentro de los impositores para optar a estar en la Asamblea General de Unicaja. Todos los clientes de la caja de ahorros (de todas las poblaciones donde haya en funcionamiento una sucursal de Unicaja) entran en el sorteo que se realiza ante notario y que en este caso concreto se celebró el 16 de mayo de 2001.

Aguado decide contactar con otros elegidos, agrupar el número mínimo permitido (10) y encabezar una candidatura, denominada 'Impositores Independientes'. Y es aquí, tal y como afirma Aguado, cuando comienza a tener trabas e inconvenientes.

"A la hora de presentar la candidatura ya tuvimos problemas", comenta María Teresa, que añade que no hubo nadie "de la entidad para recogernos la documentación ni nos dejaban subir a las dependencias electorales de Unicaja. Tampoco querían darnos resguardo alguno de haberla presentado, así que la entregamos al guarda de seguridad y éste anotó la hora a la que llegamos (dentro del plazo establecido para la presentación de candidaturas) y el objeto de la visita". Pasan unos días, según Aguado, y la cabeza de lista no recibe ninguna notificación sobre la candidatura. "Tras interesarme me reciben dos personas de Unicaja que me dicen que se rechaza la candidatura y se niegan a darme una explicación, y menos por escrito", conti-

Generales, titulares y suplentes, respectivamente, sin necesidad de acto de votación". Esta candidatura a la que se hace referencia no es la presentada por la abogada, sino la "candidatura oficial que hace la caja para que salgan elegidos los miembros que la propia caja desea" afirma Román Maldonado, malagueño de 55 años que fue el número 3 de la lista de Aguado.

Este escrito suponía no reconocer la candidatura presentada por Aguado, que recurre la decisión y presenta la prueba de haber entregado correctamente la candidatura (el resguardo del guarda de seguridad y del que Aguado asegura que los dirigentes de Unicaja no conocían su existencia) y, dos días después del primer escrito, el 30 de julio, recibe de la entidad (también firmada por Sedeño) lo siguiente: "Como proponente de la candidatura Impositores Independientes para la elección de consejeros generales, cumpíeme manifestarle que dicha candidatura ha sido considerada como no presentada

por la Comisión Electoral al carecer del número mínimo de diez proponentes (...). La causa de no alcanzar el número mínimo necesario ha sido la eliminación del proponente F.J.J.G. (...) al figurar como proponente en dos candidaturas".

Según se desprende de ambas cartas, la entidad niega en el primer escrito que haya una segunda candidatura, y que por lo tanto no ha lugar a las elecciones previstas; y en el segundo comunicado hablan de un error en la candidatura (no reconocida dos días antes como apunta Aguado) lo que lleva a anular su

no quisieron aceptarlo. Decidimos entonces poner una demanda por lo civil porque según los estatutos de la caja tenemos dos días de plazo para subsanar errores de la candidatura y nos denegaron esta opción, con lo que echaron abajo la candidatura". El proceso entra entonces en los tribunales de justicia ordinarios. "Me sentó mal todo esto. Si se nos da a los impositores la posibilidad de participar en el proceso electoral por qué se nos niega la posibilidad de presentar una candidatura", pregunta Aguado, abogada laboralista de profesión.

trolar directamente". El resultado final fue que sólo hubo una candidatura de impositores ("la candidatura oficial", como señala Román) y aquella opción de unas elecciones entre clientes se perdió.

"Estar en la asamblea es inaccesible a no ser que estés en una candidatura de ellos. Te ponen todas las trabas que sea necesario para no llegar a las elecciones entre clientes. Estoy convencida que el proceso es 'a dedo' y que les sorprendió que nos presentáramos". María Teresa Aguado sostiene que lo que les asusta no es ya tanto "que lleguen al



presentación. El error está, según Unicaja, en que hay una persona en esa candidatura que también ha firmado con otra lista. Ningún impositor puede figurar en más de una candidatura porque inmediatamente es eliminado de todas en las que esté incluido. En este caso concreto, F.J.J.G. estaba tanto en la de Aguado como en la "oficial"; Aguado asegura que todos los miembros de su candidatura afirmaron antes de incorporarse a ella que no habían firmado nada a nadie, "con lo que solventamos las dudas de que pudieran estar ya incluidos en otra candidatura". Así la lista de Aguado se queda sin el número mínimo necesario para concurrir. Román, el número tres, afirma que esa fue "la trampa que nos dimos cuenta después".

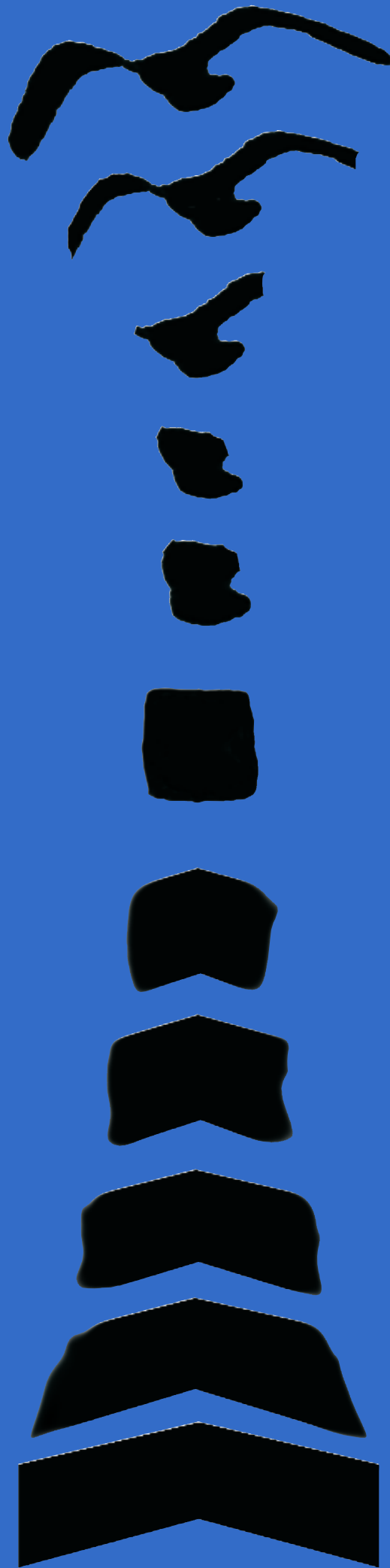
Aguado continúa recordando el conflicto suscitado en esas elecciones: "Contra la segunda notificación de la caja recurrimos de nuevo y, dentro de los dos días de plazo permitidos, propusimos otra persona alternativa para reunir el número mínimo de 10, pero

La demanda en el juzgado coincidió con seis despidos de trabajadores de Unicaja, miembros todos del Sindicato Empleados Crédito y Ahorro Reunidos (SECAR), a los que asesoraba el despacho al que pertenece Aguado. "Unicaja conocía la relación profesional entre el sindicato y el despacho en el que trabajaba, así que utilizó los despidos como moneda de cambio. Al final, y con el único objetivo de que se anularan los ceses, se llegó a un acuerdo antes de entrar en juicio. Unicaja propuso levantar los despidos a cambio de retirar la demanda puesta en el juzgado por el proceso electoral".

"Incluso se comprometió a pagar la minuta de los abogados contratados por la candidatura 'Impositores Independientes' y todos los gastos ocasionados. Hasta qué punto se sentían con problemas que exigieron que se retirara la demanda para reincorporar a los despedidos", asegura Aguado, que añade: "Tenían miedo a que entrara alguien en la Asamblea General que no podían con-

Consejo de Administración representantes de los impositores que sean independientes, sino que estén en la Asamblea General y tengan voz para denunciar las múltiples irregularidades que se cometen". Esta impositora afirma que no esperaba nada de lo ocurrido y que la situación le sorprendió mucho: "La Asamblea está totalmente controlada. Ya al principio me habían llamado desde el PP interesándose por mi candidatura cuando la íbamos a presentar. Al final incluso, tras haber retirado la demanda, tuve una entrevista con un directivo de Unicaja y me quiso dar un regalo, que por supuesto no acepté".

Una publicación interna del SECAR, en agosto de 2001, afirmaba (con respecto a la candidatura de Aguado): "La comisión electoral de Unicaja, formada por la comisión de control de la entidad, boicoteó deliberadamente a un grupo de impositores que intentaban presentar su candidatura a las elecciones a consejeros generales" y aseguraba que la elección de los impositores está viciada.



EL OBSERVADOR

Julio Neira se llama el Director del Centro Cultural Generación del 27? ¿Es ese que es más bien poco educado? ¿El que lleva a las visitas a la sala donde están trabajando los empleados del CCG27 y allí, en vivo y en directo, rodeado del atónito y violento personal del Centro que no tiene nada que ver con el asunto, les echa unas broncas que te cagas? ¿Que se pelea con las visitas? ¿Que no con todas? ¿Con las que él quiere? ¿Que no lo hace en su despacho? ¿Que se las lleva a donde están los otros trabajando para tener apoyo moral? ¿Porque simplemente es así de...? ¿De...? ¿De? ¿A los que quiere regañar por algo? ¿Cosas mal hechas? ¿Que él cree mal hechas? ¿Y también se ha llevado

garaje? ¿Que él dice que está en un deposito anteriormente ocupado por el archivo provincial y que cuenta con las medidas de seguridad y conservación adecuadas? ¿Que no es así? ¿El archivo provincial estaba antes instalado en el garaje pero en unos contenedores de esos especiales, estancos, compactos? ¿Que cuando se llevaron esa parte del archivo provincial también se llevaron esos contenedores? ¿Y en dónde están entonces los libros de la Biblioteca del 27? ¿En unas estanterías corrientes y molientes? ¿Al aire libre? ¿Que no tan libre porque esta lleno de porquerías de las obras? ¿En el garaje? ¿Sí? ¿Con los albañiles ahora alrededor? ¿Y que sí es un garaje? ¿Eso de los coches? ¿Sí? ¿Y entonces

madre, hermanos, esposa, amigos, concejal y esposa, secretaria general de Urbanismo y esposo, jefe de gabinete de la alcaldía Javier Ferrer, gerente de los autobuses municipales, y unos pocos amigos o muchos más? ¿Una visita privada? ¿Y en lunes decía el diario? ¿El día que está cerrado? ¿Para que estén mejor? ¿Más a gusto? ¿Sin nadie se está mejor, no? ¿En el diario se hablaba de privilegio? ¿Sí? ¿Privilegio para cualquiera? ¿Cualquiera puede pedir que le abran el museo para él y sus amigos el lunes que es el día de cierre? ¿Que sí? ¿Pero que tiene que pagar cuánto? ¿4.000 euros hasta 50 personas? ¿655.540 pesetas? ¿Cada visitante de más incrementa el precio en 80 euros? ¿Y alguien pagaría ese

PREGUNTAS CON RESPUESTAS

¿Una de visitas?

Fernando Rivas

¿El Centro Cultural Generación del 27 depende de la Diputación de Málaga?

¿Su actual director, nombrado en sustitución de Lorenzo Saval, se llama Julio Neira?

¿Y es verdad que no pierde ocasión de montar una buena bronca a cualquiera que se le ponga por delante siempre que no le tenga por encima?



allí a sí mismo por sacar el almanaque del CCG27 del 2004 a finales de enero en vez de en diciembre, que es cuando salía siempre? ¿No se ha regañado él por eso? ¿Es que no está mal? ¿Que no? ¿Que está peor? ¿Pero que él es el jefe? ¿El jefe de la nada? ¿Ah, el Becerra manda más que él? ¿Que él se calla cuando habla el otro? ¿Además, el calendario no es como los que hacían los que estaban antes? ¿Igual? ¿Copia? ¿Entonces, por qué ha tardado tanto? ¿Que casi lo sacan para la Feria de agosto? ¿Sin exagerar? ¿Éste no es también el que contesta por carta en los periódicos a los que le critican? ¿Éste no escribió diciendo que la Biblioteca del 27 no estaba en un garaje? ¿Y que sí, que está en un

porque dice éste que no? ¿Porqué no se lleva a sí mismo a la sala donde están todos trabajando y se echa una regañina de esas que te cagas? ¿De esas groseras y violentas? ¿Que se tendría que pegar dos cantes a sí mismo de esos que te vuelven del revés? ¿Que no lo hace porque es qué? ¿Seguro? ¿Que es así? ¿También? ¿Allí? ¿No? ¿En otro número? ¿Sí? ¿Está bien? ¿Está muy bien? ¿Claro?

¿El qué? ¿El Museo Picasso? ¿Bonito? ¿Que es para verlo? ¿Todos? ¿Todos los de Málaga tienen que ir? ¿Como esa visita privada que se organizó para que pudieran verlo un montón de gente según pudimos leer en el diario Sur y que estaba formada por el gerente de Urbanismo Gutiérrez Istria y

día esa cantidad? ¿Una visita de cortesía? ¿Las autoridades tal vez, pero y los que no lo eran? ¿Las familias y amigotes en este caso no cuentan o sí cuentan como autoridades? ¿Que lo hizo la directora del museo? ¿Que fue ella la que dirigió la visita? ¿Que cada uno hace lo que quiere en su casa? ¿Pero esa casa es suya? ¿Pero no era de todos los malagueños? ¿Entonces porqué no se invita a todos? ¿O al menos a todos los que tengan madre o hermanos o esposo o esposa o amigos o concejal o jefe de gabinete o algo así? ¿Y en lunes, no? ¿Sí? ¿El Museo Picasso? ¿Ese precisamente? ¿Que sí, hombre, todos? ¿Todos? ¿Y sin pagar? ¿Que si me gustaría? ¿Tú qué crees? ¿Cualquiera, no?



Desde 1996, este hombre ha sido: ministro de Administraciones Públicas, de Educación y Cultura, Vpte. 1º del Gobierno, ministro de la Presidencia del Gobierno, de Interior, de Presidencia (bis), y Portavoz del Gobierno

"¿Lo hicimos bien o lo hicimos mal? Pues no lo sé, lo que es evidente es que el resultado ha sido malo. Ahora, ¿quién garantiza que el resultado no hubiera sido peor si no hubiéramos aceptado alguna de las otras dos posibilidades? No lo sé"

Mariano Rajoy (sobre el *Prestige*)

"La segunda pregunta no la recuerdo bien. Debe ser la que yo respondo en el año 2003. Ésa es la que yo respondo en el año 2003 y allí diré si tengo esperanzas, temores, lo que albergo o lo que dejo de albergar. Es el mejor procedimiento para responder. Es que no hay otra forma de responder; si no, estamos siempre en el mismo o parecido lío. No interprete usted que yo no quiero responder, sino que quiero responder en el año 2003. Yo supongo que usted me entiende, entre otras cosas, porque, si usted fuera yo y yo, usted, diría lo mismo, en el bien entendido de que, si yo fuera usted, también preguntaría lo mismo."

Mariano Rajoy, ministro de Interior. 16/03/01. *Sobre la sucesión.*

Aznar ha visto en él su sucesor natural

Vota



EL OBSERVADOR



Durante los últimos ocho años, esta mujer ha ocupado la Cúspide de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.

“Si no se puede representar, se hace una versión concierto; todo el mundo sabe que en la ópera lo importante es la música.”

Carmen Calvo Poyato, en la huelga del teatro de la Maestranza de Sevilla

“No entra dentro de mis expectativas biográficas.”

Carmen Calvo Poyato, respuesta a la pregunta: *¿Se ve ya Ministra de Cultura?*

“Las Constituciones de 1937 y 1977 tuvieron el mérito de coger el rábano por las hojas de la diversidad y pluralidad de España.”

Carmen Calvo Poyato, en la misma entrevista, El Pais-Andalucía

**Rodríguez Zapatero ve en ella la sucesora natural de
Pilar del Castillo y Esperanza Aguirre**

Vota

LA CERA DE ELCURSIVA

¡Málaga, laminar miríado de añil!



ELCURSIVA BIZNAGA*
andrescortes@obser.ma

La luz de Málaga inclita y peripatáa solazmente por entre las gárgolas serpentinicas del Parque! ¡Qué Parque! ¡Qué luz! ¡La luz del Parque atersia y curba cea de azul malvasia la ingesta tarde declinante entre los espaciados gorgojos asimétricos que pululan listamente por la enervante columna granítica del caudal pictórico de Málaga! ¡Picasso! ¡Picasso! ¡Picasso y la esperanza! ¡Malagueño de verdad sin ser cofrade? ¡Oh! ¡Oh! ¡Oh, la ciclotimica perennidad de la doliente sangre palpable en ella misma! ¡Oh, la mirada visual de la vista en el ojo que ve lo que contempla! ¡Oh, la angustia desfecha del dolor acúcido que marca la herida congesta en el laminar del alba dormido por entre las nubes límpidas de añil! ¡Ah, la ciudad primigenia entre las urbes caledioscas del miríado par acuciante de madrepias! ¡Ah! ¡Ah! ¡Y ah!... ¡Pero sin desfallecer del solidoquio prensado en argamasa estúquea del libro de los pares! ¡Oh, sinsabor ener-

vante de letras y almoñas! ¡Ah, sin par tres! ¡Uh, la más maravillosa unción agística de la miel, el paraíso y la desidiosa certeza de la curvatura ocre de la tempestad! ¡Por fin el mañana preñado de escorces luengos de ella! ¡Málaga! ¡Málaga! ¡Málaga!

*Doctor Magnes Pares en Letras Ubicias por la Universidad de Uña, Gana. Licenciado en Textología Albina por la Escuela Mantri de Farce, Patagonia. Doctor en Olgos Gravis por la Universidad de Mombasa, Manchuria Exterior. Apriorador Documentae por la Universidad de Calixto en Bass, Tegucigalpa. Cerrador Aperkup de Linux por la Facultad de Persi on Fecta, Togo. Parisamber Diplomado por la Facultad de Estrabisar, Tampico. Doctor en Lectomanía Insoluss por la Universidad Monocor de Undía sur Mer, Arquansas. Corrector Gal por la

Facultad Antras de Tumectaté, Guayana Holandesa. Andres Master Igualis, por la Facultad Actursa de Tombuctú. Doctor en Charl'a Tan por la Facultad Estropea de la Universidad Mediativa de Guanges Ganas, Conakry Occidental. Andrus de Gass por la Escuela Gan'b Aroja de Mongolia Interior. Lector Mans Parts por la Ortopesa de la Facultad Estreo de Si Guan T'a, Azerbayan Medio. Doctor Magnus Cun Guas Atont Ala por Universidad de Daltra, Manchuria Interior. Licenciado Lex Inter Pares Panta'L On por la Facultad de Estrech Osiem Pre de Hanoi. 2º de BUP Instituto Demóstenes de Gangarrar, Sidarta Oriental. Master y Paster por la Escuela Pontificia de Teodofiso Rey, en Algunistan, Carbayan Interior. Licenciado en Honoris Causa por la Universidad de Ucale'Le, Palo Alto. Doctor Insignus Sí por la Facultad de Estrellisgus, Palo Gordo. Master en Espeleología Circesiense por la Universidad de Mojama, El Palo. Andrés de Incess por la Escuela Ubnita Extrss de Notre Dame sur la Pont de Avignon, Universidad de Maladescues, Guayana Holandesa. Porrus Grand por la Universidad Bob Marley de Jamaica. Excit Onada Sim Laude por la Escuela Tandori Poco de Obladita, Nepal Exterior. Ambabarita Excelso por la Comunidad Pel Ota'risa des Ur'Anda, Babirolоче, Antagonia Norte. Cuasi Cun Laudenos por la Escuela Europea de Antofagasta en Bañerre, Beluchistan. 1º de ESO Colegio Mosturcense de Veteca Garduro, Drago Exterior, Miraflores del Palo, Mundo Interior.



Este hombre fue segundo de Arenas en Andalucía y luego en el Ministerio de Trabajo en el primer gobierno de Aznar. Después, nombrado por Aznar, fue Ministro de Trabajo y Asuntos Sociales

“A pesar de las públicas discrepancias que he mantenido con la dirección que encarna Aznar, siempre sentí que el PP era mi casa y pensé que vendrían tiempos mejores.”

Manuel Pimentel, 24/03/03 (a su salida del partido)

“Mi profunda admiración de los que hacen de su vida la política, porque es un negocio duro y sacrificado, pero a mí me falta la vocación suficiente como para plantearme la política como modelo de vida”

Manuel Pimentel, 22/02/00 (a su salida del ministerio)

Josemari, Celia y Pedro ven en Manolo el sucesor natural de Teófila

Vota

USA EL ESPEJO

FF. HA

rebeup 2876m6 2876m6
zelsubivibni zanoiciteq Tiddet

709 97009iz 28viteboz 7
sbiididitq obnsbeup ofrcae

estio' dneaqup bropidibz
709 8707ib n6icstrezetq 61

zansbhu6 zanoicstetinsm

EL OBSERVADOR

HEMEROTECA

Anuncios de autor

Aterriza en nuestra querida sección una de las primeras muestras de lo que a partir de hoy se conocerá como un nuevo género periodístico: *Anuncios institucionales firmados*.

No sabemos si esto forma parte del nuevo y estricto modo de hacer política acuñado por el presidente Pendón entre corrida y corrida -ver otras páginas de esta misma revista-. Ese nuevo estilo basado en *aquí en la Dipu no se mueve nadie sin que yo lo diga*. Y si se mueve alguien que lo firme para que yo lo sepa, si quiere seguir saliendo en la foto. Así que, *el del gabinete de prensa de la Dipu*, que es como siempre se ha llamado estas cosas aunque ahora haya que titularle *Responsable Oficina Relaciones con los Medios de Comunicación*, así, sin artículos. No *El Responsable de la Oficina de...*, no, sino *Responsable Oficina...*, que queda mucho más inglés. Bueno, pues eso, el del gabinete de prensa de la Dipu, Guillermo Busutil para más señas, ha introducido en la profesión un nuevo estilo que, nosotros, en un principio y dejando de lado esa tontería del nombre que se ha buscado para lo suyo, digo, que dejando de lado eso, nos gustaba. Empezaba a innovar desde su nuevo cargo, y nos gustó que los aburridos anuncios con los que saturara a los medios de comunicación locales empezara a firmarlos, para que todos sepamos quién redacta/perpetra esas aberraciones -ver muestra adjunta aquí al lado-. Nos gustó un montón. Incluso pensábamos darle la medalla del mes al *Más mejor*. Pero de pronto, después de haber tenido lo que hay que tener para dar un salto hacia delante desde un centro oficial, con lo que eso duele, nos sorprende con la segunda parte del contubernio: ha enviado una nota a los grupos políticos de la Diputación, esta vez encabezada con su segundo título: *Director de la Oficina de Comunicación* -esta vez sí, con artículos- en la que, agárrense un poco allí mismo, dice: *"Por la presente, le comunico que no se llevarán a cabo ninguna rueda de prensa fuera de la Sala de Prensa, sin el conocimiento*

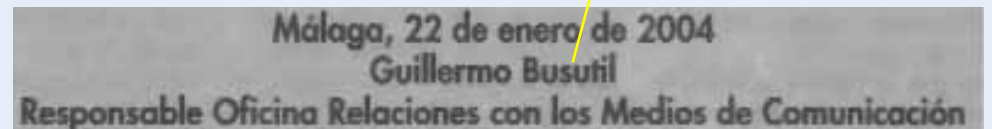


Anuncio aparecido en el diario Sur de Málaga el viernes 23 de enero del 2004

A su pie, la firma del autor del mismo, Guillermo Busutil

previo del Responsable de Comunicación y sin la presencia de un diputado"... Sin entrar a valorar la redacción que el escritor ha hecho en

porque en realidad es un *Fraga*, también con mayúsculas: acepción tomada del nombre de un político del PP en activo que ayer hablaba



su escrito -ese *llevarán* (plural) y esa *rueda de prensa* (singular) o esa *Sala de Prensa* con mayúsculas, como si en realidad estuviese hablando de Fraga, pueblo de Aragón-, de lo que nos damos cuenta es de que puede autollamarse todo lo *Responsable Oficina* que quiera, incluso *Responsable de Comunicación*, también con mayúscula, que es el tercer título que utiliza, o *Director de la Oficina...*

de una calle que sólo era suya, por las mismas fechas en que morían por disparos manifestantes en Vitoria, que presumía de una autopromulgada y libérrima Ley de Prensa cuando dirigía el Ministerio de Información y Propaganda, y al que hoy no le parece del todo mal que un alcalde le haga una *gracieta* insistente y reiterada a una menor.

"Profesor don Antonio Garrido Moraga, Director del Instituto Cervantes de Nueva York."

Autoidentificación telefónica habitual



D. Antonio Garrido Moraga (Garrido Moraga), Director del Instituto Cervantes (Instituto Cervantes) de Nueva York, Nueva York (NY), Estados Unidos (EEUU).

Es licenciado en Filología Hispánica con Premio Extraordinario. Doctor en Filología Hispánica con la máxima calificación. Catedrático de Lengua y Literatura Españolas. Becario de Investigación en el I.L.F. del C.N.R.S. de París y Nancy. Profesor titular de Filología Española por oposición de la Universidad de Sevilla. Textólogo. Profesor titular de Filología Española, tras nueva oposición, de la Universidad de Málaga. Responsable de la creación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Málaga. Profesor titular de Periodismo de la Universidad de Málaga. Profesor invitado de Florida Atlantic University, Subdirector y secretario general de los Cursos para Extranjeros de la Universidad de Málaga. Visiting International Scholar Professor en Dickinson College (Pennsylvania). Cofundador y secretario general de los Cursos de Didáctica del Español como segunda lengua de la Universidad de Málaga, de los que también ha sido codirector. Visiting Professor en Duke University (Carolina del Norte). Profesor de Lengua Española de la Universidad Menéndez Pelayo de Santander y de los Cursos de Español para Extranjeros de la Universidad de Zaragoza en Jaca. Profesor de posgrado de la Universidad de Passau (Alemania). Profesor Invitado en la Universidad de Tours (Francia). Vicepresidente de la Asociación Andaluza de Críticos Literarios y vocal de la Asociación Española de Críticos Literarios. Ha sido profesor invitado para impartir cursos de Lengua Española y Análisis de Textos en diferentes universidades europeas y americanas: así como en el propio Instituto Cervantes. Se pueden citar: Tours, Milán, Bérghamo, Génova, Otawa, Puerto Rico, Moncton, Montreal, Sherbrooke, México, Bulgaria, Grecia, Rumanía, Moldavia, Munich, La Habana, etc. Académico de Número de la Academia Norteamericana de la Lengua Española, Correspondiente de la Real Academia Española. Entre sus publicaciones se pueden destacar las dedicadas al léxico del Poema de Fernán González, a diferentes aspectos de la lexicografía académica en el XVIII y a diccionarios como el de Roque Barcia. Ha investigado en didáctica del léxico y en su aplicación a la enseñanza del español. Ha sido cotraductor del Diccionario de Lingüística de Pottier y redactor de la nueva edición del Diccionario Vox. Coautor de antologías de textos para la enseñanza del español con especial atención al uso de textos literarios. Ha investigado diversos aspectos de las obras de Altolaguirre, Muñoz Rojas, Prados, Valle-Inclán, Juan Ramón Jiménez, Aleixandre, Pérez Estrada, Ruiz Noguera, Salinas, Delibes, García Baena, Jardiel Poncela, Picasso, Rubén Darío, Brenan, Rilke, etc. Autor de cientos de artículos de crítica literaria en prensa. Crítico del diario SUR de Málaga y del Día de Córdoba. Ha publicado colaboraciones en Diario 16 y colabora en ABC de Madrid. Ha dirigido programas y ha sido colaborador en SER, COPE y RTVA. Ha publicado relatos y poemas.

D. Antonio Garrido Moraga se ve como Sucesor natural en Sí
Vota

Diputación de Málaga: millones en corridas

EL OBSERVADOR

La Diputación es **propietaria** de la plaza de toros; concede su gestión a una empresa y ésta adquiere, entre otros compromisos, el de entregarle unas **350 invitaciones** por función. El presidente Pendón autorizó, el 23 de diciembre de 2003, el pago de **67.986,30 euros** "por entradas para corridas de toros"

Esta actuación del presidente Pendón (PSOE), que gobierna la Diputación Provincial con IU, contrasta con una de las medidas internas tomadas por Pendón, dentro de su campaña personal de austeridad y recorte de gastos, en el primer mes de mandato: reducir el número de entradas que se da a los trabajadores adscritos a los grupos políticos de la Diputación. Ahorro total: 7 entradas; antes se entregaba una para cada uno de los tres empleados que hay por grupo político y ahora se dan dos para los tres del PSOE, IU y PP, y una sólo para los del PA y el Grupo Mixto.

Ordenado por el presidente Pendón, y con su firma impresa, el 23 de diciembre pasado se dio vía libre a un decreto sobre Hacienda y Presupuestos para "aprobar el abono de las facturas por entradas de corridas de toros facilitadas a la Corporación para atenciones de la misma", facturas que ascienden a un total de 67.986,39 € (11.311.983 ptas) y que se pagaron a las empresas concesionarias de La Malagueta, Logarma S.A. y RocaTauro S.L. U.T.E. (Unión Temporal de Empresas). El gasto se incluyó en el presupuesto de 2003.

Estos casi 68.000€ se desglosan en un total de nueve corridas en el año. En todos los espectáculos (sean o no taurinos) la Diputación tiene,

por ser propietaria de la plaza de toros, unas 350 entradas gratuitas. En la tabla de la página siguiente queda consignado el gasto total.

HOMENAJE A PICASSO

Los 33.696,40€ de fondos públicos que el presidente Pendón paga por las corridas corrientes se suman al gasto que se realiza en el espectáculo del pasado 25 de octubre, que se programó para celebrar el 122 aniversario del nacimiento de Picasso y la inauguración del Museo Picasso Málaga. 34.289,99€ (5.700.000 ptas) gastó la Diputación.

De la compra sistemática de entradas para todos los festejos realizados en La Malagueta se desprende que la Diputación no tiene suficiente para satisfacer sus compromisos particulares con las 350 invitaciones que recibe para cada espectáculo, aproximadamente. El reparto de las entradas a los beneficiarios por parte de la Presidencia de Diputación no tiene, además, ningún control específico. Se hace según se estime oportuno.

La entrega gratuita de entradas a la Diputación aparece en el pliego de condiciones para la cesión del recinto para su gestión, aprobado en el Pleno de la Diputación el 22 de febrero de 2000. Se lee en el punto 14, titulado *Localidades para la*

Diputación Provincial: "La Diputación dispondrá gratuitamente, para toda clase de espectáculos, de las siguientes localidades: Dos burladeros de callejón; los dos palcos de primer piso de sombra situados a derecha e izquierda del palco presidencial, uno de los cuales será de uso del Excmo. Ayuntamiento de Málaga; un palco de segundo piso de sombra; 120 localidades numeradas de primer piso de sombra situadas a la derecha de los palcos; 200 localidades numeradas de primer piso de sombra para los espectáculos en los que exista numeración de localidades y sin numerar de sombra para aquellos espectáculos que no tengan localidad numerada". Además, el punto 14 afirma más adelante que para toda clase de espectáculos taurinos la Diputación dispondrá gratuitamente de "las localidades necesarias para los componentes de la Escuela Provincial de Tauromaquia de próxima creación".

Este pliego de condiciones fue el que determinó el ganador del concurso, adjudicado a Tauromálaga U.T.E. (sociedad constituida por las empresas Logarma S.A. y RocaTauro S.L.) en el pleno de la Diputación del 25 de mayo de 2000. En el acta de dicho pleno se especifica que la explotación de la plaza conlleva "los restantes compromisos que contiene la citada oferta". La adjudicación es para tres años, y Tauromálaga debe pagar 55.050.000 ptas (330.857,16€) anuales al organismo provincial. El contrato entre ambas partes se suscribe el 7 de julio de ese mismo año.

CONCESIÓN ABARATADA

Tras el primer acuerdo ha habido dos prórrogas del contrato de cesión de la Plaza de Toros. El primero se aprueba en el pleno del 18 de junio de 2002 pero tiene validez sólo del 24 de julio al 31 de diciembre de 2003, un año después de su visto bueno. No hay ninguna novedad en

materia de cesión de entradas pero sí en materia económica.

La sesión plenaria aprueba, con el voto de calidad del entonces presidente de la Diputación, Juan Fraile, porque la oposición considera excesiva la cuantía propuesta, "reducir del canon a abonar por el adjudicatario la cantidad de 6.941,06€ (1.154.895 ptas) por cada espectáculo de índole no taurina que no sea posible llevar a

entradas para las corridas.

Por citar un ejemplo, en el tiempo que está vigente la primera prórroga del contrato inicial la empresa concesionaria recupera en entradas compradas por la Diputación un 40% del total que le cuesta explotar La Malagueta. En este periodo de cinco meses (del 24 de julio al 31 de diciembre de 2003) Tauromálaga paga 141.134,87€ (23.482.867 ptas) e

toros en este último periodo sale por 85.308,48€ (14.194.137 ptas).

La segunda prórroga realizada es la que da vigencia al contrato actual, válida desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2004. Se rubricó el pasado 9 de diciembre y especifica que se entregará a la Corporación "sin cargo, entradas por valor a precio de taquilla de 84.200 euros. La ubicación de las localidades se deci-

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE MÁLAGA
Gastos en festejos taurinos 2003

Corridas	nº invitaciones (aprox.)	importe entradas pagadas
19 /01/03	350	6.000€
Estoque de Plata	350	6.160€
18/08/03	350	4.686€
Feria agosto	350x16= 5.600	15.590'40€
7/09/03	350	1.260€
Homenaje a Picasso	350	34.289'99€
TOTAL	7.350	67.986'39€



Izquierda: cartel de la corrida-homenaje a Picasso 25/10/2003
Derecha: el presidente Pendón

cabo con posterioridad al 24 de abril de 2001 (...) y se halle en la programación de espectáculos de dicha índole presentada por Logarma S.A. y RocaTauro S.L. U.T.E. (que conforman Tauromálaga) en su oferta de fecha 1 de abril de 2000". La fecha citada de abril de 2001 se refiere al momento en que se recibe el informe de Bomberos anunciando que la plaza de toros no reúne las condiciones necesarias de seguridad para celebrar un determinado tipo de espectáculos. La consecuencia final es que con posterioridad a esa fecha Tauromálaga no paga los 55.050.000 pesetas anuales acordados en el concurso público. Habrá que restar a la cantidad total 1.154.895 pesetas por cada espectáculo no taurino que tuviera previsto dar en la oferta que ganó el concurso. Además, a esta reducción habrá que añadir el dinero que Tauromálaga haya recuperado de la Diputación por la compra de

ingresa en 'tickets' adquiridos por la Diputación 55.826,39€ (9.288.729 ptas), el 39,5% del canon que debe pagar. La concesión de la plaza de

dirá de común acuerdo y atendiendo a las características de cada espectáculo". Tauromálaga pagará este año a la Diputación 228.517,75€ más IVA

Cuántas personas van a los toros gratis gracias a la Diputación y a costa del dinero de los malagueños? ¿Qué criterio se sigue para el reparto de tal cantidad de entradas (las gratuitas más las que se compran)? ¿Cuántos compromisos institucionales y no institucionales tiene la Presidencia de la Diputación para tener que dedicar una partida de los presupuestos a la compra de entradas? ¿No son suficientes las más de 350 invitaciones y que se supone están para ese fin? La concesión actual de La Malagueta lleva vigente tres años y medio. Si el gasto de más de 11 millones de pesetas que se describe en estas páginas se refiere sólo al año 2003, ¿habrá hecho lo mismo la Diputación en

años anteriores? ¿Habrá gastado año tras año unos cuantos de millones de pesetas en la adquisición de entradas

**Responder
sin
sonrojarse**

EL OBSERVADOR

de toros? La respuesta a todas las cuestiones las tiene, sin duda, el presidente de la Diputación: Salvador Pendón. ¿Podrá dar una explicación aceptable sin sonrojarse?

Edificios Heromar I y II

en HÉROE DE SOSTOA

VIVIENDAS DE 2 Y 3 DORMITORIOS



- 2 CUARTOS DE BAÑO
- PLAZA DE GARAJE OPCIONAL
- PRIMERAS CALIDADES

PRECIO DESDE 99.167 EUROS
(16.500.000) +Gastos e impuestos

Infórmese ahora y escogerá mejor

Información y venta:



GESTORA DE C. DE BIENES Y COOPERATIVA DE VIVIENDAS

C/ Barroso, 14

952 228 371



málaga en el sáhara



Un año más, Málaga se vuelca con el pueblo saharauí a través de la Caravana por la Paz Alimenta una esperanza, una campaña humanitaria de recogida de alimentos que parte en febrero con más de 100.000 kilos de comida camino de los campos de refugiados de Tindouf, al suroeste de Argelia. Allí esperan unos 175.000 refugiados, que sobreviven desde hace 28 años fundamentalmente de la ayuda internacional en la zona peor y más seca del desierto del Sáhara. Las iniciativas de este tipo no son desconocidas para los malagueños y los andaluces, pues de hecho el destino del mundo que más fondos de ayuda humanitaria recibe de los ayuntamientos de Andalucía es este territorio. La población malagueña vive de cerca el conflicto saharauí. Más de 200 niños de los campamentos pasaron el verano pasado entre familias malagueñas para procurarles unas vacaciones en paz.

Los alimentos no perecederos (arroz, azúcar, harina, aceite...) que se han donado durante todo el mes de enero se transportarán en camiones para paliar las primeras necesidades. Con la campaña del año pasado llegaron a los campamentos de Tindouf más de 100.000 kilogramos de víveres junto con material sanitario, escolar y ropa. En estos

Una caravana con más de 100.000 kilos de alimentos parte de Málaga a los campos de refugiados saharauis, donde la situación ya es insostenible

momentos la falta de alimentos es el más grave problema en los campamentos, tal y como asegura la Asociación Malagueña de Amigos del Pueblo Saharauí (AMAPS), la gran culpable de la implicación del pueblo malagueño con el conflicto.

En los últimos dos meses han sido muchas las voces desde diferentes partes del mundo que han denunciado las condiciones extremas que están sufriendo los saharauis mientras esperan una solución al conflicto que nunca acaba de llegar. La Media Luna Roja saharauí ha pedido ayuda humanitaria "urgente para paliar los daños provocados por las lluvias torrenciales de noviembre",

que asolaron los campamentos de refugiados. Este desastre de causas naturales se ha unido al notable descenso de la colaboración de la comunidad internacional en los últimos tiempos.

El propio secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, hizo un llamamiento a todos los países en un informe del pasado mes de octubre "para que faciliten al PMA (Programa Alimentario Mundial) y a ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados) los recursos necesarios para satisfacer las necesidades alimentarias de los refugiados saharauis en los campamentos de Tindouf".

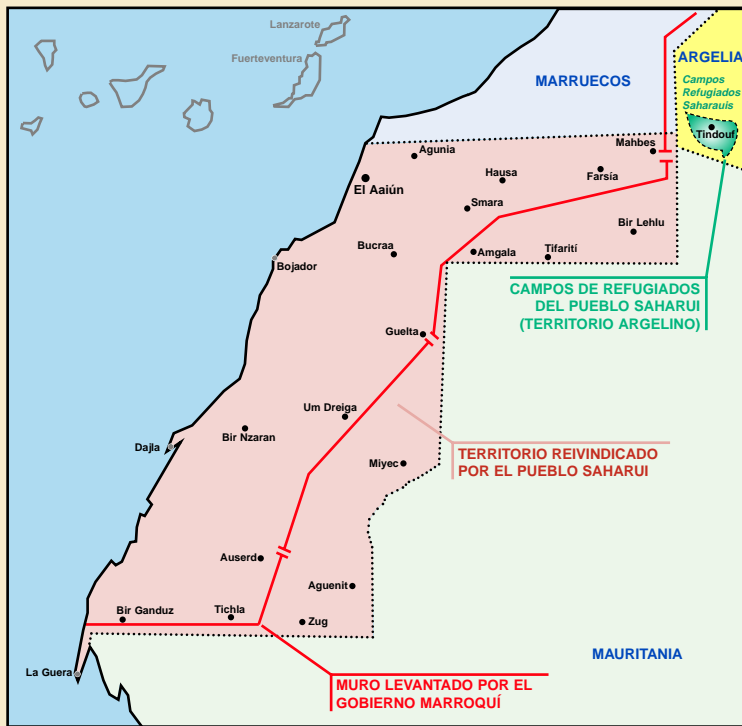
CONDICIONES PRECARIAS

Se estima que el cumplimiento actual de los compromisos del PMA y ACNUR con el pueblo saharauí no llega al 50%. El propio ACNUR ha calificado la insuficiencia de fondos y de ayuda alimentaria como "situación terrible" y asegura que más del "35% de los menores saharauís sufren malnutrición crónica y el 13% de ellos padece raquitismo". Representantes del PMA aseguran que si no

Conferencias, foros de discusión sobre la situación del Sáhara Occidental, campañas de sensibilización, manifestaciones y concentraciones, proyectos de ayuda humanitaria como el envío de vehículos, material sanitario y escolar... Todos son caminos utilizados para recabar ayudas de una población bastante concienciada. De hecho, en la provincia de Málaga hay 36 localidades hermanadas con el pueblo saharauí, entre ellas la capital a

ría más tarde del conflicto). La gran parte de la población de los campamentos son mujeres y niños, pues casi todos los hombres están movilizados en las zonas liberadas del Sáhara Occidental, lugares recónditos de difícil acceso.

La solución al conflicto entre la República Saharauí y Marruecos lleva años en un compás de espera al que no se le ve una solución cercana. Tras años de guerra y



- 1. Campamento *El Aiún*
- 2. Campamento *Wilaya Auserd*
- 3. Niños saharauís en los campamentos



ACNUR: el 13% de los menores saharauís padece raquitismo y el 35% sufre malnutrición crónica

llegan víveres urgentemente, en los campamentos se contará sólo con el 11% de los requerimientos diarios de alimentación.

La campaña de recogida de Málaga y otras muchas iniciativas similares son organizadas por la Asociación Malagueña de Amigos del Pueblo Saharauí (AMAPS). Su actual presidenta, Isabel González, explica que AMAPS nació en 1988 como "fórmula de expresión de un grupo de personas conscientes de la grave injusticia histórica que sufre el pueblo saharauí, al que Marruecos le ha expoliado el Sáhara Occidental, su tierra". Este colectivo, incluido en la Federación Andaluza de Asociaciones Solidarias con el Sáhara, actúa tanto en el campo de la reivindicación política, reclamando el derecho de los saharauís a la autodeterminación a través de un referéndum, como en la vertiente solidaria y humanitaria. González comenta que la asociación realiza "toda clase de actividades que recuerde permanentemente la precaria situación del pueblo saharauí y refuercen las demandas de la celebración de un referéndum de autodeterminación".

través de su ayuntamiento, además de la Diputación Provincial.

VACACIONES EN PAZ

La campaña anual *Vacaciones en Paz* es, sin embargo, la iniciativa más conocida de AMAPS. Durante el verano, niños y niñas saharauís de 7 a 13 años pasan las vacaciones entre familias malagueñas, que les proporcionan un ambiente alejado del conflicto. El año pasado fueron 220 los niños que estuvieron en Málaga en los meses de julio y agosto, y en toda Andalucía (por medio de la federación andaluza) se acogieron 2.800. De los 175.000 refugiados unos 30.000 son niños, que viven en condiciones muy precarias desde que nacieron, pues sólo las personas mayores de 27 años han llegado a habitar el Sáhara Occidental, su patria originaria.

Desde que el ejército español abandona el Sáhara Occidental el mes de noviembre de 1975, el pueblo saharauí vive refugiado en los campos de Tindouf, en la región más pobre de Argelia, debido a la invasión de Marruecos y Mauritania (este país se retira-

el abandono posterior de la lucha armada para dilucidar el problema, el tiempo ha pasado a la espera de una solución política en forma de referéndum de autodeterminación. Promovido por la ONU, aunque con resultados negativos hasta la fecha, el mencionado referéndum se ha ido postergando varias veces. Primero debió celebrarse en el primer trimestre de 1992. Después, y tras reconducir las negociaciones, se fijó la fecha del 7 de diciembre de 1998. Los intentos sólo han quedado en eso, en intentos.

Los últimos pasos en este sentido son los dados por el Consejo de Seguridad de Naciones Unidas en mayo de 2003. La ONU aprobó por unanimidad el Plan de paz para la libre determinación del pueblo del Sáhara Occidental (más conocido por Plan Baker II), que consiste en la realización primero de unas elecciones autonómicas en la zona y después, en un periodo máximo de cinco años, de un referéndum de autodeterminación para saber si el pueblo saharauí desea la independencia de Marruecos o sólo la autonomía. Marruecos no comparte este plan.

OPINIÓN • EL OBSERVADOR • OPINIÓN

El conflicto en el Sáhara Occidental, un territorio a menudo llamado "la última colonia africana", dura más de 28 años. Durante todo este tiempo Marruecos ha continuado ocupando por la fuerza el Sáhara Occidental mientras la mayoría del pueblo

saharai vive en el desierto, en los campos de refugiados de Tindouf en el suroeste de Argelia.

El problema del Sáhara Occidental ha sido reconocido como un conflicto de descolonización por la ONU. La solución para

este conflicto de descolonización reside por tanto en el ejercicio del derecho de autodeterminación del pueblo saharai.

El referéndum sobre el futuro de su territorio todavía no se ha realizado: un derecho reconocido por las Naciones Unidas en 1966. El ejercicio de este derecho es precisamente la meta del Plan de Paz, que fue desarrollado conjuntamente por la ONU y la OUA (Organización de Unidad Africana) en 1991. Aceptado por ambas partes contendientes, este Plan establece un alto el fuego a la espera del referéndum de autodeterminación. El Consejo de Seguridad de la ONU dio luz verde a la MINURSO (Misión de las Naciones Unidas para la organización de un referéndum en el Sáhara Occidental).

La ONU debería haber jugado, en estos doce últimos años, un papel más contundente en el proceso de descolonización del Sáhara Occidental. Pero la realidad ha sido otra muy distinta y por eso el pueblo saharai está todavía esperando el prometido Referéndum de autodeterminación.

Marruecos se opone reiteradamente a cumplir sus compromisos y a aceptar la pre-



1. Asociación Malagueña de Amigos del Pueblo Saharaui

2. Campamento saharai

3. Publicidad de la Caravana por la paz



Siendo consciente de la grave situación que atraviesa el pueblo saharai, por la paralización del Plan de Paz de 1991 de las Naciones Unidas, y las negativas consecuencias que la posible reanudación de las hostilidades pudieran tener para toda la región del Magreb sería necesario:

1. Que las Naciones Unidas, el Consejo de Seguridad y su secretario general apliquen lo acordado, que contempla entre otros asuntos la celebración de un referéndum de autodeterminación libre, democrático y transparente del pueblo saharai.
2. Que la Unión Europea y sus países miembros intervengan activamente en defensa de la aplicación inmediata del Plan de Paz y de los legítimos derechos del pueblo saharai, reconocidos por la legalidad internacional, rechazando cualquier otra iniciativa que pretenda suplantarlos.
3. Que el Gobierno español defienda ante las Naciones Unidas la necesidad de aplicar los acuerdos internacionales, cumpliendo con su responsabilidad histórica y su deuda moral con los saharauis, y mantenga una acción cada vez más decidida y firme en defensa del derecho legítimo del pueblo saharai a la libre determinación y de este modo contribuir a una paz duradera en el Magreb.
4. Que Marruecos respete estrictamente los derechos humanos en los territorios ocupados del Sáhara Occidental y que permita a los observadores y a los medios de comunicación visitar los territorios ocupados.
5. Que las organizaciones internacionales responsables en materia alimenticia (PAM, ACNUR, ECHO), ante la alarmante situación de penuria que padece la población de los campamentos de refugiados saharauis en Tindouf (Argelia), cumplan con sus obligaciones de asistencia a los más de 175.000 refugiados saharauis.
6. Que todas las compañías extranjeras se abstengan de mantener relaciones empresariales que incluyan la explotación de los recursos naturales del territorio del Sáhara Occidental, ocupado por Marruecos.
7. Que la sociedad andaluza, sus instituciones representativas (Junta de Andalucía, diputaciones, ayuntamientos), partidos y sindicatos, asociaciones vecinales, culturales y recreativas, ONGs, empresas y entidades privadas, por nuestra cercanía en todos los ámbitos a la sociedad marroquí les hagamos ver que el pueblo saharai es tan querido como ellos por el pueblo andaluz. Y que la mejor solución, para una convivencia pacífica de nuestros pueblos, pasa por el simple hecho de que los saharauis sean dueños de su propio destino y en un futuro a corto plazo el Sáhara Occidental sea un país libre e independiente.

OPINIÓN

Los saharauis quieren votar sobre su futuro

Francisco J. Guerrero Valle
Presidente de FANDAS*

paración del Referéndum. Incluso haciendo oídos sordos al departamento jurídico de la ONU, que ha expuesto su opinión de que Marruecos no tiene ningún derecho de soberanía sobre el territorio del Sáhara Occidental. Es en el pueblo saharai donde residen los derechos de soberanía y sobre los recursos naturales del territorio.

La justicia ha triunfado en Namibia y en Timor Este, ya es hora de hacerla también en el Sáhara Occidental. El conflicto crea inestabilidad y tensión en el conjunto de la región norte-africana. La estabilidad sólo puede estar asegurada por la solución al conflicto del Sáhara Occidental.

Como único camino para una solución pacífica del conflicto, de acuerdo con la legalidad internacional y las legítimas expectativas del pueblo saharai, el plan de paz de la ONU es insustituible. No caben soluciones intermedias y con carácter exclusivo como el de la autonomía, tal y como propone ahora Marruecos.

*Federación Andaluza de Asociaciones Solidarias con el Sáhara



silversolutions

www.silversolutions.info

Comercialización y Distribución de Materiales para Construcción Sostenible

**Aislamientos térmicos y acústicos,
tratamientos naturales para la madera,
pinturas y revestimientos monocapas al silicato.**

Para otros productos, consúltenos sin compromiso



DELEGACION ANDALUCIA
C/ Alcalde Garret y Souto, 43
P.I. El Viso 29006 Málaga
Teléfono 607 421 397
andalucia@silversolutions.info

Promoción

Turismo Andaluz se lleva a Andalucía de gira: Londres y China



Balance 2003

Gran final, en contra de las perspectivas iniciales de año bélico



Grandes Planes

Turismo Andaluz se enfrenta al futuro con ambición e inversiones



Nº 10 / FEBRERO-MARZO 2004

PAPELES DE TURISMO

EL OBSERVADOR

150.000.000€



Andalucía, líder en inversión para la promoción del turismo

Grandes planes

La inversión para la promoción turística de Andalucía superará este año los 58 millones de euros. El mensaje que se quiere emitir es el de la existencia de una oferta muy diversificada

Turistas durante todo el año y sin resentirse el nivel de ocupación hotelera en las fechas menos propicias para el sol y la playa. Es el fin último de todas las iniciativas políticas y el marco ideal para Andalucía. Los expertos en el sector lo denominan *romper la estacionalidad*. Y es el eje sobre el que se sustenta la promoción que la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta tiene preparada para este año. En total, se invertirá en la promoción turística de la región andaluza

Promoción:

Más de 58 millones

EL OBSERVADOR

58,3 millones de euros, lo que supone algo más de un tercio del presupuesto total que la Consejería destina al Área de Turismo (en torno a los 151 millones de euros).

Los datos los ofreció el pasado mes de enero el viceconsejero Javier Aroca, que aprovechó la primera reunión del año de la Mesa del Turismo (celebrada el 8 de enero en Sanlúcar de Barrameda, Cádiz) para informar del Plan de Acción para 2004 y de otros pormenores de las campañas que se realizarán en los próximos meses. "Perseguimos incidir en la diversificación y desestacionalización del sector", afirmó Aroca, para lo que se reforzará de manera especial la imagen de Andalucía como destino cultural y para la práctica del golf. Estos dos sectores son fundamentales para conseguir romper la estacionalidad y mantener un alto nivel de ocupación los doce meses. Proporcionan turistas para la época de invierno y compensan la caída lógica que suele haber cuando finaliza la temporada alta. Serán, por lo tanto, una pieza básica dentro de las iniciativas publicitarias.

Los 58,3 millones de euros destinados a promoción se repartirán entre acciones

Medina Azahara, Córdoba

El patrimonio cultural y el golf son las dos grandes bazas con las que se pretende romper la estacionalidad turística en Andalucía



Inversión en promoción turística de Andalucía - 2004

Publicaciones	9.000.000€
Acciones directas de promoción	23.500.000€
Grandes eventos deportivos	6.000.000€
Campaña de publicidad	19.800.000€
Total	58.300.000€

directas (23,5 millones de euros), publicaciones (9 millones), grandes eventos deportivos (6 millones) y la nueva campaña de publicidad (19,8 millones). Sobre este último apartado, el viceconsejero calificó la nueva campaña de "espectacular", que fue presentada también de forma independiente el pasado día 2 de febrero.

PROMOCIÓN INTERNA

Javier Aroca también anunció que la Consejería de Turismo y Deporte tiene previsto promocionar unas provincias en otras diferentes. "Así, por ejemplo, daremos a conocer Málaga en Sevilla, y a su vez, Sevilla en Huelva, con el fin de potenciar el turismo interior". De esta manera, se pretende utilizar una nueva fórmula para intensificar y reforzar la promoción que ya se realiza dentro del territorio andaluz.

También habrá grandes novedades a lo largo de este año en las ferias internacionales de turismo a las que acuda Andalucía. Así, y sólo dando pinceladas sobre alguno de los encuentros más importantes, anunció que la

Comunidad Autónoma tendrá, por primera vez en la historia, un expositor propio en la World Travel Market, que se celebra en Londres. En Berlín, por su parte, se contará con el doble de espacio que el año anterior en la feria ITB.

GRAN ENCUENTRO EN MÁLAGA

La Consejería de Turismo comunicó también la voluntad de celebrar durante este año en Málaga el I Gran Encuentro Internacional de Turismo, una iniciativa que estaba prevista se llevara a cabo en el pasado año pero que al final no se pudo realizar. A los presentes en la primera reunión de la Mesa del Turismo sólo se les comunicó que el acontecimiento se desarrollará durante el segundo trimestre y que se darán cita los más importantes touroperadores y agentes turísticos del mundo. "El proyecto nace con la idea de que tenga una continuidad en el tiempo y con la esperanza de que se convierta en uno de los focos de referencia del turismo mundial junto a Fitur, la ITB de Berlín y la WTM de Londres", finalizó Aroca.

grandes inversiones

La Consejería de Turismo y Deporte sitúa a Andalucía como la Comunidad Autónoma que más recursos invierte en el sector. Este año el presupuesto andaluz para turismo vuelve a superar al destinado por el Estado a todo el territorio nacional. Énfasis en la promoción, exterior e interior, sostenibilidad, diversidad de oferta, ruptura con la estacionalidad, son algunas de las líneas políticas de la Consejería.

El balance de la temporada pasada, presentado recientemente, avala el acierto de la estrategia

Andalucía es la comunidad autónoma de toda España que más recursos dedica al sector del turismo. Los más de 150 millones de euros (151.126.482 euros exactamente, lo que equivaldría a más de 25.000.000.000 de pesetas) que la Consejería de Turismo y Deporte destina en sus presupuestos de 2004 al Área de Turismo convierten al territorio andaluz en la más firme apuesta por esta fundamental fuente de ingresos. La diferencia con el resto de administraciones regionales es, además, abismal. Las Islas Canarias, la segunda que más invierte, llega a poco más de la mitad de la inversión andaluza.

Son todos datos que vienen a reafirmar el importante trabajo y esfuerzo que se dedica a potenciar la región andaluza como destino turístico prioritario. Una sola comparación más refleja la gran diferencia en el tratamiento del turismo en España: desde el año 2002 el gasto realizado por la región andaluza en esta materia supera, incluso, al del Estado español.

El Turismo es el sector que más protagonismo e incidencia tiene en la economía andaluza, y es el que mayor dinamismo genera. La gran inversión que la Consejería encabezada por Antonio Ortega dedica al Área de Turismo tiene su origen en el papel vital que juegan los turistas en Andalucía. Hoy por hoy, la entrada de capital extranjero por

medio del turismo es la principal fuente de riqueza. Además de esta partida de más de 150 millones de euros, la Consejería contará con otros 107.066.875 euros para invertir en Deporte durante este 2004 (que supone un 10 por ciento más que el año pasado).

En total, la Consejería de Turismo y Deporte contará para el año en curso con un presupuesto global de 278.826.544 euros, lo que supone un incremento del 7,5 por ciento con respecto al ejercicio anterior y más del doble del crecimiento del Índice de Precios al Consumo.

Antonio Ortega sostiene que los presupuestos de este año pretenden seguir contribuyendo a un modelo de desarrollo diversificado, sostenible y territorialmente equilibrado. Así, añade, se conseguirá mantener el consenso con los agentes del sector.

TRES GRANDES EJES

La inversión de la Consejería de Turismo y Deporte se sustenta en tres grandes objetivos: la renovación del modelo turístico andaluz; la mejora de la competitividad del sistema turístico andaluz; y la mejora de la integración del turismo en la sociedad. Para poder llevar a cabo estos cometidos se ha previsto un conjunto de nueve líneas de actuación fundamentales.

Una de las más importantes, y en la que Turismo Andaluz hace especial hincapié, es

preservar la sostenibilidad y la calidad del entorno por encima de cualquier actividad o proyecto que se realice. Potenciar el turismo sostenible es prioritario.

Para conseguir una adecuada ordenación de los recursos y del entorno la Consejería tiene previsto dar ayudas a los ayuntamientos, aplicar el Plan de Playas y planes de excelencia y dinamización turística, promover convenios con los municipios declarados turísticos... Como complemento y como apuesta a largo plazo se trabajará en la futura creación de la denominada Oficina de la Calidad, cuya misión estará centrada en este tipo de cuestiones.

El impulso de proyectos de inversión en las pequeñas y medianas empresas andaluzas dedicadas al sector es otro de los factores en los que se va a incidir. "Se mejorará la Red de Villas Turísticas y se fortalecerá el sistema empresarial turístico y la creación de empleo", se expresa en los proyectos de Turismo Andaluz, y se añade que en el campo de la formación "pretende impulsar los hoteles-escuela y ayudar económicamente a la realización de trabajos divulgativos sobre temas turísticos".



EL OBSERVADOR

Futuro cercano

Con un presupuesto total de 573,65 millones de euros y la vista en el año 2006, la Junta de Andalucía ha puesto en marcha un proyecto pionero: el Plan General del Turismo

Prado del rey, Cádiz



La ordenación de recursos turísticos, conservación del medio ambiente y el fin de la estacionalidad son tres de los grandes objetivos del Plan General del Turismo

La Junta de Andalucía ha apostado decididamente por reforzar y potenciar el trabajo que se viene realizando en materia de turismo. El Consejo de Gobierno del ente administrativo aprobó el pasado mes de diciembre el Plan General del Turismo, que prevé una inversión de 573,65 millones de euros hasta el año 2006. El plan, calificado como un "documento pionero en España", se va a llevar a cabo con el objetivo de afianzar el sector turístico, que es la principal fuente de ingresos y el gran sustento de la economía andaluza.

Según informó la Oficina del Portavoz de la Junta, la iniciativa "pretende consolidar en los dos próximos años el sector, impulsar su desarrollo sostenible y reforzar su papel en la identidad cultural y la proyección exterior de la comunidad". El fin último, tal y como afirma el consejero de Turismo y Deporte Antonio Ortega, es "cambiar todo

el modelo turístico". Ortega pretende una reforma "basada en la necesidad de que el sector alcance la calidad total y en la concepción del turismo como una política horizontal, que afecta a otras áreas".

Uno de los aspectos fundamentales del Plan es el respaldo con el que ha nacido. El texto fue acordado con los miembros de la Mesa del Turismo antes de su aprobación por el Consejo de Gobierno y de su presentación en público.

LOS PUNTOS CLAVE

El documento está estructurado en trece estrategias de actuación, de las que destacan:

Políticas de promoción. Es una parte fundamental de las líneas de trabajo. Más de la mitad del presupuesto total se destinará a la función de dar a conocer a los mercados de visitantes, potenciales y consolidados, la oferta turística de Andalucía. En

total, 291,08 millones de euros para tal fin. La política de promoción mantendrá la labor realizada hasta ahora, considerando la región como un todo, vendiendo la idea de una Andalucía única, de calidad, en la que conviven todo tipo de posibilidades de turismo.

Ordenación de recursos turísticos y reequilibrio territorial. Afecta a temas como el turismo rural, las grandes ciudades, playas, comarcalización o señalización turística, entre otros. Se destinarán a este tipo de cuestiones 167,66 millones de euros.

Creación de empleo estable y fortalecimiento del tejido empresarial. Todos los pasos encaminados a reforzar y mejorar las cuestiones relativas a la estructura empresarial-laboral del sector estarán respaldados por 47,94 millones de euros.

Modernización tecnológica. Promover la investigación y la constante innovación en las empresas instaladas en suelo andaluz. También es parte importante potenciar el Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo que funciona en Andalucía. Hay prevista una partida de 20,26 millones de euros para cumplir los objetivos marcados.

Conservación del medio ambiente. Para esta cuestión fundamental se realizará un programa específico de actuación basado en la sostenibilidad. Los 13,94 millones de euros previstos se destinarán, según informa la Junta de Andalucía, a desarrollar planes de destino, elaborar un sistema de indicadores ambientales, crear una línea de ayuda para mejorar la calidad ambiental de las empresas y colaborar con los diferentes municipios turísticos para llevar a cabo las directrices que la Agenda XXI realiza en materia de desarrollo sostenible.

Acabar con la estacionalidad. Es otro de los objetivos del ambicioso plan. Turistas todo el año y que el sector no se resienta con cada finalización de la temporada alta o de fechas señaladas. Las medidas previstas para cambiar esta tendencia que todavía está fuertemente arraigada en la comunidad autónoma son crear nuevas rutas turísticas, fortalecer y potenciar el turismo de congresos y el papel que juegan los palacios de congresos, apoyar la organización de importantes acontecimientos culturales y deportivos. Se invertirán 9,01 millones de euros.

Además de estos puntos destacados, la Consejería de Turismo y Deporte tiene previsto elaborar "un inventario de oportunidades en el extranjero y desarrollar la Oficina Telemática de Servicios Turísticos de Andalucía", cuidar el patrimonio histórico de la región y conseguir una alta cualificación de los trabajadores del sector turístico.

Más que positivo

balance 2003

EL OBSERVADOR

La guerra de Irak, el estado de continua alerta por supuestas amenazas terroristas, el brote de la neumonía atípica en Asia, la crisis sufrida por el mercado alemán, los bajos momentos económicos de Francia... La situación internacional en el mundo el año pasado no invitaba al optimismo para el sector turístico andaluz. Las cuentas inicialmente previstas parecían diluirse conforme transcurría el año e iban surgiendo diferentes problemas que alcanzaban una escala internacional. No era el mejor año para hacer desplazamientos al extranjero en las vacaciones. Sin embargo, y pese a los temores iniciales, Andalucía no se vio mermada por la inseguridad reinante y consiguió cerrar un ejercicio más que positivo en el que ha vuelto a mejorar los resultados de años anteriores, tanto en volumen total de ingresos como en número de visitantes.

Según los datos de la Consejería de Turismo y Deporte referentes a los tres primeros trimestres del año 2003 (son los últimos datos oficiales hechos públicos al cierre de esta edición de El Observador), el volumen de ingresos del sector turístico de Andalucía aumentó un 5,8 por ciento con respecto al mismo periodo de 2002, lo que se traduce en un montante de 14.435 millones de euros. "Este crecimiento se ha sustentado en gran medida a que ha aumentado el gasto medio por turista", afirman desde el ente público. La media de la temporada pasada se situó en 45,56 euros por persona y día.

CALIFICACIÓN DE NOTABLE

En cuanto al número de visitantes, la Comunidad Autónoma alcanzó (siempre hablando de los tres primeros trimestres del año) 17,3 millones, con lo que se incrementó en 300.000 turistas comparando la cifra con el mismo periodo de 2002. En datos estadísticos supone un 1,7 por ciento más. La ocupación hotelera, por el contrario, sufrió un ligero descenso de 0,86 puntos, lo que hizo que sólo se cubrieran el 54 por ciento de las plazas disponibles en toda la región andaluza.

No sólo los datos apuntaron buenas noticias para Andalucía sino que la opinión de los principales protagonistas, los turistas, también dejó buenas sensaciones. Según las encuestas realizadas a los visitantes por la Consejería encabezada por Antonio Ortega, el 78,3 por ciento calificaba como 'buena' o 'muy buena' la relación calidad-precio y daban una nota global al territorio andaluz de un 7,8.

El año 2003 no se presentaba con buenas perspectivas para el sector turístico debido a la situación internacional. Para Andalucía, ésta ha sido de nuevo una buena temporada

La Mezquita de Córdoba



El balance del año 2003 se ha cerrado con beneficios y buenas perspectivas para la temporada próxima

Dentro de las actividades de promoción encaminadas a conseguir un flujo mayor de visitantes, la marca 'Andalucía' se mostró el año pasado en un total de 57 ferias del sector turístico, de las que 38 se celebraron en el extranjero. Otros 123 desplazamientos fuera de España se realizaron con empresarios andaluces del gremio para impulsar las relaciones comerciales. Y, por último, también se visitaron 40 mercados potenciales, en los que se realizó una promoción directa de dar a conocer todas las posibilidades que ofrece la Comunidad Autónoma.

Un total de 42.722.000€ sumando los gastos realizados en la publicación de más de 90 títulos, anuncios en medios de comunicación y acuerdos hechos con touroperadores extranjeros, fue la cifra que la Consejería de Turismo y Deporte destinó el año pasado a este concepto de difusión.



ferias/promoción

punto de partida

Londres

EL OBSERVADOR

Londres ha sido un año más, como viene siendo habitual, el punto de partida del Plan de Promoción de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta. La Jornada Profesional *Happy New Year, Happy New Andalucía*, organizada por la Consejería a través de Turismo Andaluz, se ha convertido ya en una cita ineludible dentro del calendario de encuentros de los profesionales del sector turístico británico.

Por ello, este 2004 no podía arrancar de otra forma que no fuera con la celebración de esta Jornada en la capital inglesa. El encuentro, celebrado los días 13 y 14 de enero, reunió a más de 300 profesionales británicos especializados, que pudieron conocer la información más actualizada sobre Andalucía como destino turístico.

Aprovechando la realización de este encuentro y la atención que concita dentro del sector anglosajón, en torno a una treintena de empresas andaluzas se desplazaron hasta el lugar y presentaron la diversidad de destinos y de actividades que se pueden realizar dentro del territorio andaluz. Además de esta importante presencia de los empresarios también acudieron representantes de los patronatos provinciales de turismo, de palacios de congresos y de otras áreas del sector como pueden ser las líneas aéreas.

En este acontecimiento se presentaron los diferentes segmentos turísticos de Andalucía de forma actualizada, haciendo especial hincapié en la idea o imagen del territorio andaluz "como un destino turístico alternativo, fomentando entre los mayoristas la publicación de Andalucía en sus catálogos como un destino adecuado para la realización de todo tipo de actividades", según afirmaron fuentes de Turismo Andaluz.

EL MERCADO BRITÁNICO, VITAL

Esta promoción no será la única que se realice en Londres en este año. La empresa pública Turismo Andaluz realizará varias acciones a lo largo de 2004 en la capital inglesa, pues el mercado británico es el de mayor importancia para Andalucía: sus habitantes están en la primera posición dentro de la lista de turistas extranjeros que visitan el territorio andaluz. Las diferentes iniciativas enfocadas al sector turístico de las islas tienen el cometido, sobre todo, de mantener y reforzar la tendencia consolidada que existe de viajar a Andalucía. No se trata de darse a conocer, sino de potenciar la imagen y de mostrar otros tipos de turismo que se pueden llevar a cabo, diferentes o complementarios al de sol y playa.

El Plan de Promoción de 2004 arranca en la capital británica con el tradicional *Happy new year, happy New Andalucía*.

A la cita acudió una treintena de empresas andaluzas

El turismo británico muestra una gran satisfacción por la oferta de ocio y los precios que encuentra en Andalucía



Las primeras cifras referidas al año pasado, y que han sido facilitadas por Turismo Andaluz, avalan la posición dominante de Andalucía dentro del mercado británico. La Comunidad Valenciana y Andalucía han sido las dos comunidades autónomas que más han aumentado en número de turistas respecto al resto de España. En los seis primeros meses de 2003 1,4 millones de turistas británicos visitaron el territorio andaluz, lo que supone un incremento de un 3,2 por ciento respecto al mismo periodo en 2002. Este significativo aumento ha hecho que casi el 15 por ciento (14,9) de los turistas recibidos en Andalucía durante el primer semestre de 2003 fueran ciudadanos británicos.

Entre los diferentes aspectos que hacen de Andalucía un destino único para el merca-

do británico figuran la gran variedad de ocio existente y los precios. La satisfacción por características como estas ronda el 92 por ciento de los visitantes, según encuestas que maneja el ente público. También destacan como un factor determinante la hospitalidad de la zona y la rica y extensa gastronomía. El 'producto estrella' sigue siendo el buen clima y las playas.

Dentro de los mercados consolidados como es el caso del británico, también Alemania ocupará un lugar destacado en la promoción de Andalucía como destino turístico a lo largo de 2004. El primer paso ya está dado. Londres fue, una vez más, un excelente punto de partida para arrancar la multitud de acciones que se van a llevar a cabo por todo el mundo.

ferias/promoción desembarco en China

EL OBSERVADOR

Turismo Andaluz aborda en China un plan promocional *sin precedentes*: dar a conocer la oferta turística andaluza de primera mano a touroperadores y medios de comunicación

tantes del mundo. La economía china está en una época de auge, la capa social con un cierto poder adquisitivo aumenta progresivamente y la apertura a una economía de libre mercado está hoy más cerca que nunca. La empresa pública andaluza se ha basado en "un riguroso estudio de mercado hecho con el fin de analizar los factores que pueden influir, directa o indirectamente, en la futura llegada de visitantes chinos a Andalucía", según se afirma desde Turismo Andaluz.

BEIJING Y SHANGAI

La iniciativa se desarrollará únicamente en Beijing (unos 14 millones de habitantes) y Shanghai (centro comercial y de negocios), los núcleos urbanos que más población y de mayor poder adquisitivo concentran de todo el país. La campaña comenzará en la capital. El producto turístico 'Andalucía' se presentará en el Hotel Kerry Centre-Shangri-La de Beijing ante una representación de los touroperadores locales. También se realizarán una visita a la embajada española y varias reuniones con representantes de los mayoristas turísticos chinos. El trabajo en la capital concluirá el 17 de febrero con una cena de gala y un festival flamenco.

A continuación la promoción se trasladará a Shanghai, donde coincide con la celebración de la 'World Travel Fair Shanghai 2004' (WTF), calificada como la feria más importante de Asia. Los datos de la propia WTF estiman que en esta edición se recibirán unos 500.000 visitantes. Un 10 por ciento de esta asistencia corresponde a profesionales. El resto son viajeros de negocio o de ocio que poseen unas rentas altas. Turismo Andaluz promocionará en la feria el destino turístico de Andalucía a través de un expositor en el que se facilitará toda la información necesaria a las personas interesadas.

Junto a la contratación de espacio propio en la WTF, la marca 'Andalucía Sólo Hay Una' ocupará pancartas, banderas y 'banners' de la feria. La revista oficial de la WTF también incluirá información sobre Andalucía, que igualmente estará presente en el directorio de los expositores y en las guías de los visitantes. Como último apartado de esta acción promocional, Turismo Andaluz tiene la posibilidad de usar durante 30 minutos diarios la tarima principal de espectáculos y la sala de presentación al visitante.

Tras la participación en la feria, el nombre de Andalucía seguirá presente en China hasta junio gracias a una campaña de publicidad que se insertará en los principales medios de comunicación del país.



Hotel Kerry Centre-Shangri-La de Beijing

Página web de la WTM de Shanghai

Palacio de Congresos de Shanghai



Andalucía se lanza a la conquista del mercado chino. El gigante asiático es, sin duda, la gran novedad del Plan de Acción de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía para este 2004. Situarse como uno de los destinos preferentes de este mercado es uno de los grandes objetivos actuales de la Consejería, puesto que China es uno de los campos de acción de mayor potencial. Para ello, la empresa pública Turismo Andaluz desarrollará una acción promocional en este mes de febrero. Trabajar con una previsión a largo plazo y con una adecuada programación en el país asiático será clave para orientar sus futuras actividades turísticas hacia el territorio andaluz.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) vaticina que para el año 2020 viajarán al extranjero en torno a 100 millones de chinos, cifra que indica las enormes posibilidades que se abrirán en este país en los próximos años. Los últimos datos obtenidos del año 2002 ya reflejan esta creciente tendencia: 16,6 millones de turistas chinos viajaron al extranjero, un 36,8 por ciento más que en 2001. De todos los desplazamientos del año pasado, unos 650.000 escogieron España.

Turismo Andaluz realizará del 13 al 24 de este mes de febrero una acción promocional "sin precedentes" en este país. Su enorme potencial, con más de 1.300 millones de habitantes, es un objetivo muy codiciado por los destinos turísticos más impor-

Estampas del ayer

Principios del Siglo XX. Las estampas típicas de la Málaga de entonces poco tienen que ver con esos mismos lugares un siglo después. Aparece el Paseo de la Farola con parte de un Puerto irreconocible, el Paseo del Parque que por aquel entonces todavía no era parque, la entrada de Calle Larios... Son imágenes que impresionan y que hacen reflexionar sobre la evolución de una ciudad, sobre su ayer, su hoy e incluso el mañana que todavía está por llegar. Son en total 16 imágenes, 16 cuadros que se exponen a partir del 20 febrero en la sede de Turismo Andaluz, en calle Compañía.

La exposición *Málaga en blanco y negro*, del pintor madrileño pero malagueño de adopción Mariano Frutos, nos propone un viaje en el tiempo para conocer cómo eran lugares emblemáticos de la ciudad en el primer tercio del siglo pasado. A través de los cuadros el público se adentra en el entorno más cercano de cada uno, su gente, las costumbres... La Málaga de ayer a través de los ojos de la Málaga de hoy. La exposición utiliza el camino de la nostalgia como el elemento de provocación-reacción.

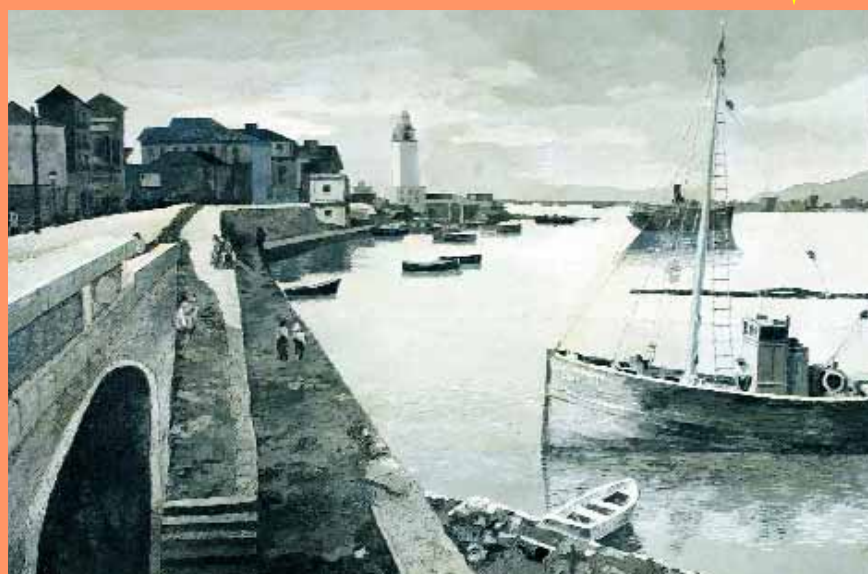
Frutos, (Madrid, 1946) se sirve del blanco y negro como únicos elementos cromáticos, lo que facilita una mayor sensación de regreso al pasado. No se despiertan sentimientos de tristeza o melancolía sino de esplendor de lo clásico. El aspecto emocional del espectador en este sentido es clave, porque rememora lugares con los que convive diariamente o que recuerda por su niñez o por lo que le han contado sus familiares. La técnica utilizada por el artista es moderna y precisa en su recreación.

Málaga en blanco y negro es la primera exposición individual del artista y estará expuesta durante un mes. Mariano Frutos, afincado en Málaga desde 1972, estudió durante cinco años en la Escuela de Cerámica de La Villa, dirigida por Jacinto Alcántara y del que aprendió las técnicas de la pintura, junto a otros creadores de su campo de influencia como Moreno Grazziani y Cruz Collado.



↑
Calle Camas

↓
La Farola



La cara amarga

EL OBSERVADOR

de la ciudad

a Málaga moderna del futuro metro, y del Parque Tecnológico de Andalucía avanza dejándose atrás a los más desfavorecidos: más del 25 por ciento de la población de la

Hay 315.000 pobres en la provincia de Málaga comenzando el siglo XXI



provincia vive en situación de pobreza. Es decir, una de cada cuatro personas subsiste en Málaga con menos de la mitad de los

Hay 1.500 personas sin hogar en la ciudad del Museo Picasso Málaga



ingresos medios nacionales. Algo menos de 40.000 pesetas, en el mejor de los casos, para todo un mes.

Detrás de cada cifra, detrás de cada dato hay una persona, con nombre y apellidos. Esta realidad, en vez de estancarse o dis-

En la ciudad que quiere ser Capital Cultural Europea, el 25% de los malagueños vive en la pobreza y 20.000 en extrema pobreza



minuir, aumenta cada año. Con motivo de la celebración del Día de los Sin Techo, el pasado 23 de noviembre, las organizaciones sin ánimo de lucro de Málaga que trabajan de cerca con los más desfavorecidos hicieron públicos los datos de las personas atendidas en el último año. En los centros que Cáritas Diocesana, el Comedor de Santo Domingo y el centro de los Hermanos de San Juan de Dios tienen en Málaga se ayudaron a unas 1.500 personas, un 50 por ciento más que en el año anterior (1.000 personas). "Hay algo de la política social que se está haciendo mal porque la pobreza en vez de bajar está subiendo. Hay nuevas bolsas de pobreza, y cada vez hay más gente joven", afirma el director de Cáritas en Málaga, Anselmo Ruiz. "Es un problema que ya desborda a toda la

2000. El mayor incremento de las personas sin techo ha sido debido, según estas organizaciones, a personas inmigrantes, que han supuesto en Málaga un 85% de las atenciones realizadas en el último año. "La inmigración ha sido el factor que más ha influido en este aumento, pero también es significativo el número de personas con problemas de adicción o enfermos mentales", afirma Araceli López, una trabajadora social de San Juan de Dios. "Son personas que sufren carencias de todo tipo, con las relaciones familiares rotas y con un fuerte desarraigo".

POLÍTICA SOCIAL ERRÓNEA

El director de Cáritas en Málaga, Anselmo Ruiz, sostiene que hay muchos elementos "de la política social que hay que cambiar.

que más inciden las organizaciones sin ánimo de lucro. "Hay que alcanzar un acuerdo global sobre estos aspectos, más allá de las diferencias entre partidos políticos. Pesa mucho el partidismo en la política social, está excesivamente mediatizada" asegura Ruiz.

Junto a problemas que pueden ser comunes al resto de España (como el del precio de vivienda, uno de los factores destacados) hay otros que son propios de Málaga, como reconoce Anselmo Ruiz. "La cuestión del personal en el Área de Bienestar Social del Ayuntamiento es nefasto. Hay un gran déficit, el Ayuntamiento contrata nuevo personal sólo para policías, bomberos... pero no para cuestiones sociales, y la propia concejala del Área es consciente de ello". El Área de Bienestar Social está en



Cáritas: "Llevamos más de seis meses en los que no hay ninguna relación con el Ayuntamiento"

ciudad y no sólo a las organizaciones que trabajamos día a día con estas personas".

Las infraestructuras de la ciudad son ridículas en proporción con el número de personas necesitadas. En Málaga hay disponibles 210 plazas de alojamiento. "Esto indica que seis de cada siete personas no tienen dónde alojarse y duermen en la calle cada noche", apunta el informe de estas entidades hecho público. El presupuesto destinado a las plazas de alojamiento en toda España descendió un 4,5 por ciento de 1997 al año

Llevamos años incidiendo en la necesidad de una mayor coordinación entre las administraciones públicas, hay que gestionar mejor las ayudas y recursos porque muchas veces se malgastan medios económicos y sociales. Es necesario reflexionar sobre estos aspectos porque en estos años, por ejemplo, se han aumentado los recursos de la Junta y del Ayuntamiento para gastos sociales y sin embargo la pobreza sigue creciendo e intensificándose". La descoordinación entre las administraciones es uno de los puntos en los

estos momentos en pleno proceso de remodelación del sistema que ha existido hasta ahora para las personas más desfavorecidas. Es posible que el Centro de Acogida Municipal sea cerrado y se instaure "un modelo diferente al actual estructurado en unidades de acogimiento temporales y específicas en función del perfil del acogido", según se informa desde el Consistorio.

La concejala de Bienestar Social, M^a Victoria Romero, afirmó a 'La Opinión de Málaga' en noviembre pasado que este nuevo

Plan de Inclusión Social se iba a consensuar con las organizaciones que trabajan en esta materia y que los contactos se iban a realizar antes de diciembre de 2003. Al cierre de esta edición de El Observador, en los últimos días de enero, aún no se había realizado ningún contacto, asegura Anselmo Ruiz: "Llevamos más de seis meses en los que no existe relación alguna con el Ayuntamiento. No es una opinión sólo de Cáritas sino de otras organizaciones". En esta cuestión hay que reseñar que el Hermano Felipe, de los Hermanos de San Juan de Dios, sí sostiene que han tenido varios contactos con el equipo de Bienestar Social "en referencia a ese nuevo modelo de atención más específica".

El director en Málaga de Cáritas, por su parte, afirma que ha habido una "paralización total" del trabajo conjunto entre las organizaciones y el Ayuntamiento desde el comienzo de la nueva legislatura. Desde el verano pasado estamos esperando una respuesta para firmar el acuerdo de colaboración con el Ayuntamiento, que en la vez anterior fue un acuerdo durante toda la legislatura para trabajar en tres zonas malagueñas de exclusión". De momento no se ha podido reemprender este trabajo conjunto. La Fundación Santo Domingo, además, no recibió el año pasado la ayuda municipal que venía percibiendo para realizar sus actuaciones y en este 2004, según se señala desde este centro, tampoco está previsto. Afirman no conocer los motivos de tal decisión.

El futuro de la asistencia a los más necesitados en Málaga está en estos momentos 'en el aire'. Cómo, cuánto y con quién son preguntas todavía sin respuestas.



Cáritas: "Hay algo en la política social que se hace mal, porque la pobreza, en vez de bajar, sube"

Los llamados 'sin techo' son la máxima expresión de la exclusión social. Son el extremo de la más mísera de las subsistencias pero no son el único caso de desigualdad y desamparo. En Málaga una de cada cuatro personas vive con menos de 40.000 pesetas al mes (unos 240 euros), o lo que es lo mismo, algo más del 26% de la población es pobre. Se considera que una persona está bajo el umbral de la pobreza cuando sus ingresos no llegan al 50 por ciento de los ingresos medios nacionales (en torno a unos 500 euros). Si ya cuesta entender cómo se puede salir adelante con tan pocos recursos la imaginación se convierte en un ejercicio imposible para llegar a comprender la situación de las personas afectadas por la pobreza extrema o grave (con menos del 25 por ciento de los ingresos medios). En Málaga hay más de 20.000 personas que viven con 3 euros o menos al día (500 pesetas) y unas 45.000 personas que lo hacen con sólo 4 euros. Es la realidad más cruda de una pobreza que en la provincia malagueña afecta a más de 300.000 habitantes.

Estos datos se recogen en el informe que la Fundación Foessa hizo para Cáritas en 1996, con el título 'Las condiciones de vida de la población pobre en la provincia de Málaga y la ciudad de Melilla'. Es el estudio

más reciente y fiable que existe en Málaga sobre las personas más desfavorecidas. "Desde entonces hasta ahora los niveles de pobreza media se han mantenido pero la pobreza extrema se está intensificando con el paso de los años", afirman desde Cáritas. Y añaden: aunque "pueda parecer exagerado por el gran número de personas afectadas es, por desgracia, la cruel realidad. Detrás de cada cifra hay un rostro, una persona".

PENSIONES DE HAMBRE

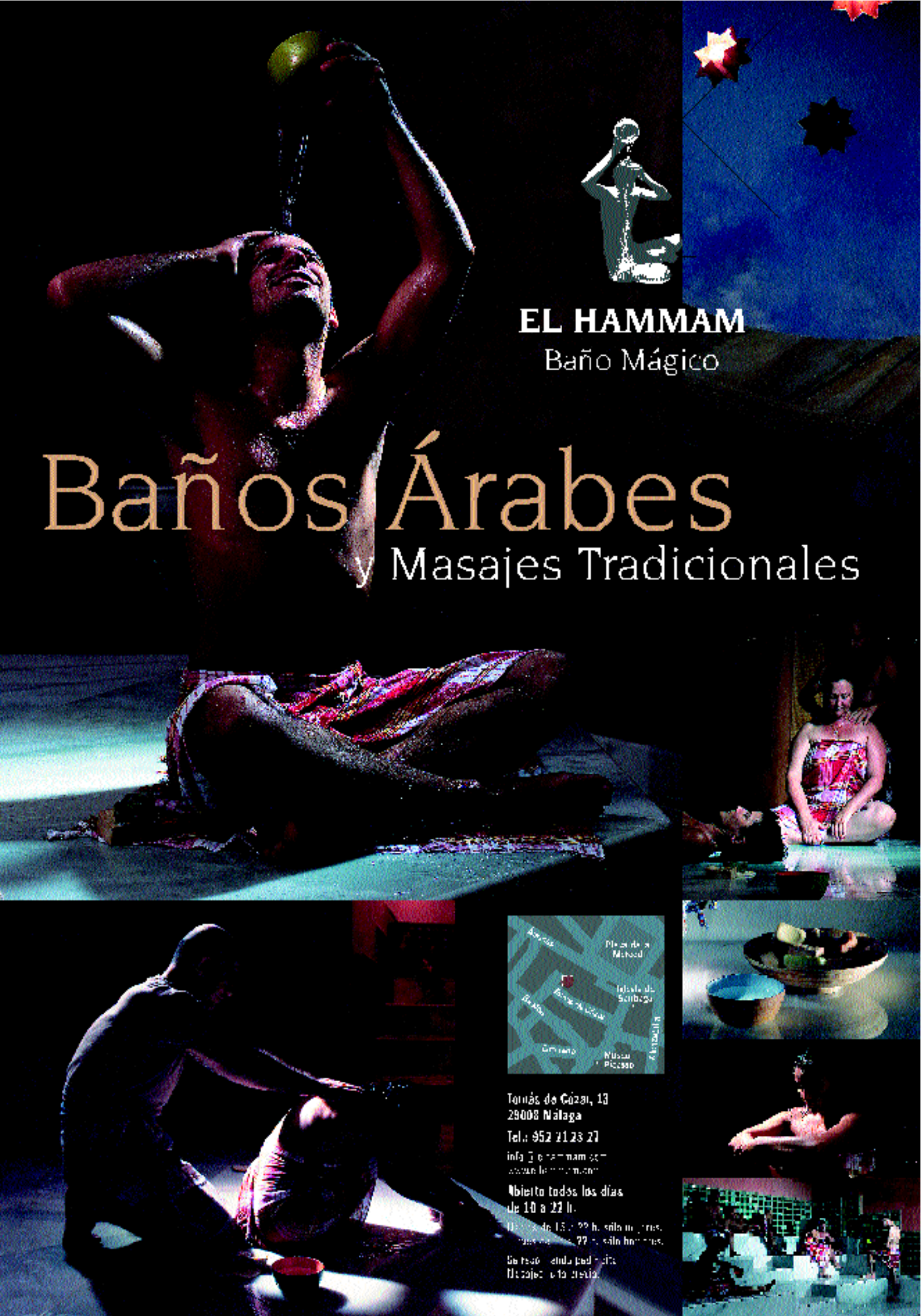
Sus ridículas pensiones les llevan a pasar necesidades e incluso hambre. Reciben un ingreso fijo mensual, no están por debajo del umbral de la pobreza pero tienen enormes dificultades para llegar a fin de mes. En la provincia de Málaga hay unos 130.000 pensionistas que subsisten con una cifra mensual inferior al salario mínimo interprofesional, situado en 441,2 euros (unas 73.000 pesetas) según la Federación de Organizaciones Andaluzas de Mayores y el sindicato Comisiones Obreras. Estas personas están abocadas a un círculo sin salida en el que sus únicos recursos pasan muchas veces por la pensión, sin posibilidad de recurrir a otras vías de ingresos. En algunos casos, como pasa con las pensiones mínimas de viudedad, perciben menos de 200 euros

mensuales, situación que puede afectar a unos 20.000 ancianos. En España hay cuatro millones de personas con pensiones por debajo del salario mínimo. Pese a lo ridículo de algunas cantidades, España necesita que cada año lleguen 240.000 inmigrantes al país para mantener su sistema de pensiones y

*Vivir con
3 euros
al día*

EL OBSERVADOR

seguridad social. La inmigración, en el punto de mira de muchos de los conflictos de la sociedad, es en este caso un elemento imprescindible para sostener una estructura que ya de por sí es muy precaria.



EL HAMMAM

Baño Mágico

Baños Árabes

y Masajes Tradicionales



Tomás de Cózar, 13
29008 Málaga
Tel.: 952 21 23 27
info@elhammam.com
www.elhammam.com

Abierto todos los días
de 10 a 22 h.

De 10 a 18 h. sólo mujeres.
De 18 a 22 h. sólo hombres.

Se aceptan todas las monedas.
Dólar y Euro.



Nº 41 / FEBRERO-MARZO 2004

EXIS

EXISTENCIAS / 37

- XTCLACOSTA. La Posada de Antonio / 37
- XTCRUTAS. Axarquía alta / 41
- XTCSITIOS. Antequera Golf / 45
- XTCSITIOS. Restaurante Rojo / 49
- XTCCOSTAMULTICOLOR. África en Málaga / 51
- XTCSOSTENIBLES. 100% Ecológico / 53
- XTCPROYECTOS. Pasión por el sonido / 55

EL OBSERVADOR

TEN CIAS



La Posada de Antonio

Ha comenzado el año inaugurando su séptimo restaurante (en San Fernando, Cádiz) y lo finalizará con 19 locales repartidos por toda España. Este 2004 es el gran año de La Posada de Antonio, la cadena de restaurantes del actor malagueño Antonio Banderas. "Es el año de la expansión", afirma la directora de Comunicación de la franquicia, Fuencisla Tovar, que asegura que el crecimiento del negocio va a tener un antes y un después cuando se completen todas las metas que tienen previstas realizar este año.

2004

EXISTENCIAS • EL OBSERVADOR • EXISTENCIAS

La posada de Antonio el año del despegue

Lo que empezó con la compra del local de Calle Granada se ha convertido, a los dos años de su creación como red de franquicias, en un proyecto netamente malagueño con una fuerte vocación internacional. Se conoce el punto de partida pero no la dimensión que puede llegar a alcanzar. El crecimiento en España es el primer y más importante paso en estos momentos, pero en mente ya está la idea de traspasar las fronteras y exportar el negocio.

En estos momentos hay siete restaurantes en España: el más reciente es el de San Fernando (Cádiz), que se inauguró el 1 de enero de 2004. En el último trimestre del año pasado se abrieron los de Alicante y Granada. En Málaga, origen del negocio, hay cuatro en total: los de Calle Granada, Juan Sebastián Elcano y Plaza Mayor, además del de Marbella, que en estos momentos está cerrado por reformas y se abrirá de nuevo sobre Semana Santa. Los 12 locales restantes se van a distribuir por distintos puntos de España para abarcar el máximo número de comunidades autónomas. La mayoría de los contratos para la compra de los terrenos sobre los que se levanten las posadas ya están firmados o en trámites. El octavo local está previsto inaugurarlo en aproximadamente un mes (el 15 de marzo) en la capital de España (cerca de la M-40 a la altura de Leganés) y le seguirán en muy poco tiempo los de Barcelona, Valencia, Oviedo y Zaragoza.

PROYECTO MALAGUEÑO

Antonio Banderas "se preocupa personalmente por el desarrollo de todas las negociaciones y muestra un gran interés en las posadas" afirma Tovar, que sostiene que el actor "desea que se dé a conocer por el mundo que es un proyecto malagueño". Para ello, ya existen negociaciones encaminadas a instalar los restaurantes fuera de España. Estados Unidos, México, Chile y Portugal son algunos de los lugares que se están barajando, aunque la responsable de Comunicación matiza: "Aunque tenemos una clara vocación internacional lo primero es expandirse y consolidarse en España".

La Posada de Antonio es una sociedad en la que participan a partes iguales (con un 33 por ciento de las acciones) Antonio Banderas, Francisco Pascual y Burger King Andalucía. El capital inicial con el que nació la cadena ha aumentado considerablemente. "Hay un incremento continuo y las acciones

Proyecto malagueño por excelencia, *La Posada de Antonio* va a invertir este año casi 14 millones de euros en su expansión. En marzo abrirá su primer local en Madrid



LA POSADA DE ANTONIO EN MÁLAGA

- C/ Granada, 33. Telf: 952 21 70 69
- Avda. J. S. Elcano, 5. Telf: 952 29 98 77
- Parque de Ocio Plaza Mayor. Plaza del Azahar, local 40-41. Telf: 952 17 26 29
- C/ Gregorio Marañón, 4. Marbella (próxima apertura en Semana Santa). Telf: 952 90 10 23

- Horario: 13,00-00,00 horas (lunes a jueves y domingo).
13,00-1,00 horas (viernes y sábado).

- Abre todos los días
- Precio medio: 15 euros.



EXISTENCIAS • EL OBSERVADOR • EXISTENCIAS

están en constante crecimiento. La amortización de los restaurantes que se abren, por ejemplo, es muy rápida", afirma Tovar, que estima el valor de cada establecimiento en unos 600.000 euros de media (100 millones de pesetas). En total, cuando estén abiertos los 19 locales pretendidos habrá aproximadamente unos 12.000 metros cuadrados de 'posadas' en toda España. La sociedad invertirá en todo este 2004 casi 14 millones de euros (unos 2.300 millones de pesetas).

Banderas "no sólo se interesa en crear negocios sino también puestos de trabajo. Es una cuestión por la que se preocupa y se interesa". Fuencisla Tovar afirma que actualmente hay trabajando unas 110 personas en el negocio, con una plantilla media de 30 personas por local. La importante expansión que sufrirá La Posada durante los próximos meses va a multiplicar los contratos de trabajo conforme se vayan abriendo las diferentes franquicias. Siguiendo la media de contratación por restaurante se pueden superar este año 500 nuevos empleados.

Para explicar el éxito que está teniendo esta actividad empresarial Tovar afirma que La Posada de Antonio "cuenta con todas las claves para el éxito: un producto de gran calidad, un servicio profesional y atento que desarrolla su trabajo en establecimientos cuidadosamente diseñados y una excelente relación calidad-precio". El proyecto, basado en la cocina tradicional española, "está claramente diferenciado de la competencia y atrae tanto a extranjeros como a españoles".

TIENDAS-RESTAURANTES

La Posada de Antonio incluirá a partir de esta primavera una novedad en todos sus establecimientos: un punto de venta con productos propios. De hecho, los restaurantes que ya se están construyendo lo han previsto y los que están en funcionamiento se adaptarán para acoger esta nueva oferta. La

Los establecimientos de la franquicia simulan a las posadas nacidas en Castilla a mediados del Siglo XII para dar de comer y un lugar donde alojarse los

por tradición
**El buen
yantar**

EL OBSERVADOR

viajeros. Son su inspiración y son su modelo a seguir. Además de una cuidada estética que intenta reproducir fielmente esas originarias

idea es que el cliente "pueda comprar productos que ya ha tenido ocasión de degustar en el restaurante y que, por tanto, conoce perfectamente" señala Fuencisla Tovar. Se podrá adquirir, por ejemplo, aceite de oliva virgen extra y vinos con denominación de

tienda virtual. Mientras esta iniciativa toma cuerpo, al cliente no le queda otra solución que acercarse a los locales si quiere degustar la comida de La Posada de Antonio. De paso, podrá ver uno de los aspectos más conseguidos del negocio: su decoración. Simulando a



En esta página y en la anterior:

imágenes en interiores y exteriores de diversos establecimientos de La Posada de Antonio



origen. Además, también estarán en venta prendas de vestir (camisetas, gorras...), objetos de regalo y otros utensilios como sacacorchos o abrebotellas para "comunicar valores de marca que refuercen la relación con la clientela".

El Departamento de Gestión de la franquicia incluso está estudiando, aunque más a largo plazo, la posibilidad de ofrecer los productos gastronómicos por medio de una

posadas, el "buen comer y el buen beber" de entonces siguen siendo los protagonistas pese al paso de los siglos. Las reinas del lugar eran entonces las carnes a la parrilla, al igual que ahora, junto a los caldos, potajes y diferentes guisos. La comida se acompaña con buen vino español.

Siguiendo la tradición de entonces, la especialidad de La Posada de Antonio es cualquier tipo de carne a la brasa (cordero, ternera, buey y cerdo ibérico), destacando las chuletitas de cordero lechal, la parrillada La Posada o el chuletón de Ávila. En las sopas y guisos se pueden encontrar algunos netamente malagueños como el ajoblanco o el gazpacho, que complementan a los platos tradicionales como la sopa de picadillo, los callos o el pisto con bacalao. Hay distintos tipos de ensalada para elegir y, sobre todo, hay gran variedad de entradas y aperitivos.

El local es perfecto para *tapear*: diferentes tipos de chorizo, morcilla, lomo, chistorra, patatas... Destacan las berenjenas con miel de caña o los platos malagueños como la porra antequerana o la ensaladilla mala-

las viejas posadas del Siglo XII, predomina la madera en suelos y techos, que se reparte el protagonismo con la piedra. La estética está muy cuidada con multitud de detalles, como la inclusión de carros antiguos en los locales o aperos de labranza en las paredes. En la entrada predominan unos grandes portones. Fuencisla explica que la intención es "crear un ambiente cálido y acogedor, con una luz envolvente".

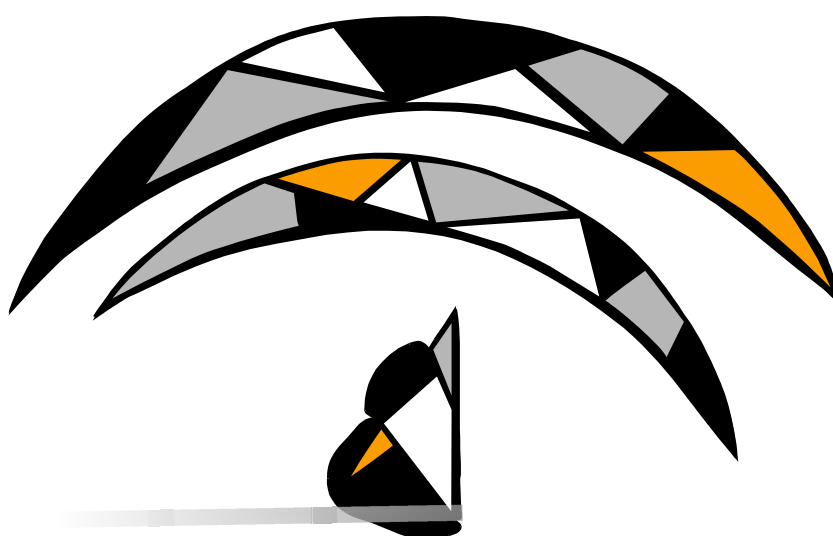
gueña. Por último, todos los postres de La Posada de Antonio de recetas caseras.

Aunque hay una oferta fija, la carta cambia constantemente. "Es algo vivo. Estamos en continuo análisis y ahora mismo se está estudiando la nueva carta para este año. Además, con la expansión que vamos a tener intentaremos poner platos de todos los lugares", comenta Fuencisla Tovar, la directora de Comunicación. En cuanto al vino, son todos caldos españoles, jóvenes y crianzas, conocidos por el gran público como un Ribera del Duero, un Rioja o un Valdepeñas. También hay algunos finos y manzanillas.

"Nuestra gastronomía -explica Tovar- está basada en productos de la cocina tradicional española. Es una comida bastante sana porque es natural, no tiene mucha elaboración. Cuidamos la calidad del producto desde su origen hasta que se sirve al cliente, no tenemos nada que ver con la *fast food*. Y el servicio es rápido, atento y profesional". La carta, reducida, tiene sin embargo una interesante variedad de precios que permite comer bien por una módica cantidad.

PICASSO VUELVE

Málaga 2003



JUNTA DE ANDALUCIA

rutas por la
provincia

EL OBSERVADOR

Axarquía Alta

entre tajos y sierras

Comienza este número una nueva sección de la revista, *rutas por la provincia*, en consonancia con la línea de Airon Ediciones, cuyos libros sobre senderismo y rutas por **espacios naturales** de Málaga han obtenido gran aceptación. En esta primera entrega, un lugar no muy conocido, pese a su cercanía a la capital y a sus indudables atractivos: **la Axarquía Alta**

Información y reservas:
Rural Andalus
95 227 62 29

www.ruralandalus.es
o en agencias de viajes

Situada en el extremo oriental de Málaga, la comarca de la Axarquía cuenta con una pluralidad orográfica repleta de contrastes paisajísticos llenos de belleza y colorido, que muestran los paisajes agrestes y bravíos de los terrenos de alta montaña con los de carácter rural y maduro de las tierras bajas. Esta gran variedad es producto de los distintos grados de altitud que alcanza la zona: desde los 2.000 metros de sus cumbres hasta el mismo mar Mediterráneo.

Por ello cabe hablar de la Axarquía baja o la más cercana al mar, y de la Axarquía alta o la más serrana, en la que entre otros lugares interesantes destaca la ubicación del Parque Natural de Sierra Tejeda y Almijara, la sierra de Camarolos o el tajo Gomer entre otros. Para empezar nuestro recorrido por la provincia vamos a proponer algunos lugares que visitar en la Axarquía alta.

De entre los muchos itinerarios que se pueden realizar en esta zona vamos a destacar algunos para que el visitante los recorra y se quede con ganas de continuar conociéndola. Es aconsejable comenzar nuestra andadura admirando la especial belleza del desfiladero del río Sabar.

Esta ruta se puede comenzar desde la carretera comarcal que une los pueblos de Riogordo y Periana, justo en el punto intermedio entre los dos pueblos (a 8 kilómetros de cada uno). Nos encontramos un cruce que sube hacia los pueblos de Alfarnatejo y Alfarnate, al tomar dicha carretera ya podemos ir observando lugares que llaman nuestra atención; por ejemplo, a mano izquierda nos encontramos la aldea de las Monjas, que pese a estar en el punto más bajo de esta



Chamizo

BÚLETÍN DE INSCRIPCIÓN

Quiero colaborar con las actuaciones de Payasos sin Fronteras en campos de refugiados y zonas de conflicto.

Colaboración socio/a artista voluntario/a

Nombre _____
Apellidos _____
Calle _____ núm. y piso _____
Población _____
Código postal _____ Provincia _____
Teléfono _____ NIF _____
e-mail _____
Profesión _____
Fecha de nacimiento _____
Nombre de la compañía _____

Deseo formar parte de Payasos sin Fronteras como:

- socio/a:
 6€ cada mes 10€ cada mes 20€ cada mes
 otros importes trimestrales, cuatrimestrales o anuales
(con un importe mínimo de 30€)
 donante _____ € anual
_____ € única

* Por domiciliación bancaria

Señores, les agradecería que con cargo a mi cuenta o libreta, hagan efectivo hasta nuevo aviso, los recibos que a mi nombre presente Payasos sin Fronteras.

Banco/Caja _____
Calle _____ núm. _____
Población _____ código postal _____
Cuenta / libreta número _____
entibz rfcim control número de cuenta
Fecha _____ Firma _____

* Con talón bancario a nombre de Payasos sin Fronteras

* Por transferencia bancaria a:

La Caixa: Agencia nº 3131-00: 10- CC: 2200129444
Banco de Sabadell: Agencia nº 59-00:21 -CC: 11111-20
Caixa de Catalunya: Agencia nº 0500-00:18- CC: 02333333-80

He conseguido este boletín en: _____

Como socio/a, artista expedicionario o voluntario/a de Psf recibirá información regular de las actividades en curso.

Y si queráis saber más: **93 324 84 20**

Enviar este boletín a:

Payasos Sin Fronteras

c/ del Roser 74

08004 Barcelona



PAYASOS
SIN FRONTERAS
Clowns
without borders

SRA. UNESCO: LA RISA,
PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

paYaSoS SiN fRoNTeRaS

Es una ONG que organiza expediciones de payas@s y otr@s artist@s para hacer reír a aquellos que viven en campos de refugiados o en zonas de conflicto, especialmente los niños y las niñas, haciendo así que su situación sea más soportable.

Si te haces soci@
TÚ también SENTIRÁS
SUS RISAS y verás que
no hay sonido mejor ;-)

Web

www.clowns.org

E-mail

psf@clowns.org

subida constituye un balcón natural de gran belleza.

Continuamos el ascenso por la carretera y, donde ya empezamos a percibir la majestuosidad de los tajos y las sierras a las que nos dirigimos, encontramos también a mano izquierda la aldea de Pulgarín bajo. Pasado este punto y a mano derecha vemos el Tajo Doña Ana con un pequeño poblado del mismo nombre a sus pies. A partir de este punto a ambos lados ya observamos la geografía abrupta que fuera tierra de bandoleros hasta finales del siglo XIX, y comprobamos a nuestra izquierda que estamos siguiendo el curso del río Sabar que, además en esta época del año y dependiendo de las lluvias, desciende formando incluso saltos de agua que llamarán nuestra atención.

ALFARNATE Y ALFARNATEJO

Para los más aventureros y antes de llegar al municipio de Alfarnatejo hay señalados varios senderos de la llamada 'Ruta de los tajos', que seguro no dejarán indiferentes a quien los recorra. Llegados a Alfarnatejo, comprobamos su privilegiada ubicación y, si entramos en la localidad, además de pasear

GASTRONOMÍA TÍPICA

- * Sopas cachorreñas
- * Morrete
- * Olla
- * Chivo
- * Repostería: Hornazo (Alfarnatejo) →
- * Repostería: Roscos carreros (Alfarnate).



por sus calles y contemplar la Iglesia del Santo Cristo de Cabrilla con su recia torre, podremos deleitarnos con las estupendas vistas que tiene.

Siguiendo nuestra ruta de ascenso, a un kilómetro escaso de Alfarnatejo nos encontramos con una bifurcación que nos da a elegir entre la provincia de Granada a través del Puerto de los Alazores o Alfarnate, quedándose en medio de ella la antigua Venta de Alfarnate, que data de 1960, parada tradicional de viajeros y refugio de bandoleros. Esta vez elegimos Alfarnate, el pueblo más alto de la provincia de Málaga con 928 metros, con un microclima que hace que tanto los veranos como los inviernos sean 'fresquitos'.

Totalmente rodeado de las sierras Chamizo, Enmedio y Jobo, situado en una llanura y atravesado por un río, mires donde mires el pueblo está cobijado. Desde el mismo pueblo se hace muy patente este enclave subiendo al Santo Cristo, pequeña capilla que alberga una imagen ubicada en unos riscos que mantienen una altura superior a la del pueblo, y que hace que las vistas del municipio y sus alrededores sean privilegiadas. Cabe destacar en nuestro paseo por Alfarnate la Iglesia de Santa Ana, la Ermita de Ntra. Sra. de Monsalud y la fachada del Ayuntamiento.



1. Venta de Alazores
2. Sierra de Tejada
3. Iglesia de Santo Cristo en Alfarnatejo
4. Panorámica desde la venta de Alazores con piscina en primer término

ALOJAMIENTOS

Cortijo Las Monjas

(Aldea de las Monjas-Periana)

Antigua cortijada totalmente restaurada que conserva las características iniciales de la misma y que está compuesta por seis casas de dos plazas cada una. Decorada con gusto, cuenta con todas las comodidades y con posibilidades de hacer actividades alrededor. Precio por día: 54€

Casa de las Piedras

(Alfarnate)

Situada en el campo, a un kilómetro de Alfarnatejo y a cuatro de Alfarnate. Es de nueva construcción, pero totalmente de piedra. En su interior cuenta con todas las comodidades y las vistas son impresionantes. Es para seis plazas y su precio al día es de 90€

Granja Leyro

(Alfarnate)

Situada en el campo a 700 metros de Alfarnatejo y a tres kilómetros y medio de Alfarnate, en una finca privada rodeada de frutales, se trata de una casa antigua restaurada de amplios espacios que conservan todo su sabor. Tiene capacidad para 10 personas y su precio al día es de 170€

Venta Los Alazores

(Alfarnate)

Situada justo en el Puerto de los Alazores a 8 kilómetros de Alfarnate, su ubicación es privilegiada. Se trata de un antiguo cortijo restaurado que ha utilizado para su reconstrucción materiales nobles como piedra madera y barro. Su capacidad es de 22 personas y su precio al día es de 330€ aunque puede reservarse para menos plazas bajando proporcionalmente el precio.

Cortijo Olivo y Olivar

(Aldea de Sabar-Alfarnatejo)

Antiguo cortijo restaurado que conserva la esencia de las antiguas construcciones. Se ha dividido en dos casas, una de 8 plazas y otra de 12, que para un grupo grande se pueden reservar juntas. El precio de la de 8 plazas es de 108€ al día y la de 12 plazas sale a 162€ por día.



EL OBSERVADOR

La sociedad Golf Antequera S. L., propietaria del Hotel Antequera Golf, tiene previsto invertir casi 150 millones de euros en la población malagueña durante los próximos años para propiciar su expansión y crecimiento con otro hotel, apartamentos, una residencia de ancianos e incluso viviendas de lujo. Un ambicioso proyecto que tiene previsto su finalización completa en el año 2020. Las primeras acciones, que ya han comenzado, mejorarán sensiblemente los equipamientos exteriores e interiores del edificio hotelero que ya posee.

Es el primer paso de un camino todavía largo por recorrer. Tras el visto bueno de la

Golf Antequera en expansión

Hace sólo dos años que abrió el hotel **Antequera Golf**, y la empresa propietaria ya enfoca una estrategia de expansión y crecimiento en la zona, con una **inversión multimillonaria**



Instalaciones y club de golf del hotel Antequera Golf



[Hotel Antequera Golf](#)
Urbanización Santa Catalina s/n
Antequera
www.hotelantequera.com
Información y reservas:
Tel.: 952 704 531
fax: 952 845 232
info@hotelantequera.com



junta de accionistas al proyecto de ampliación, el Hotel Antequera Golf iniciará en estos días la remodelación de sus instalaciones para aumentar en 80 el número de habitaciones. Son nuevos aposentos especialmente pensados para los clientes que vayan a practicar el golf, pues se van a tener en cuenta en su construcción necesidades especiales para quienes las ocupen para jugar al golf. "Es, sin duda, nuestra primera prioridad, reforzar este tipo de turismo en la comarca de Antequera", afirma el director del hotel,

Miguel Rodríguez. "No hay ningún campo de golf más en la zona. Somos pioneros en la promoción del deporte como fórmula de aprovechar el tiempo libre y en dar los primeros pasos para potenciar el turismo de golf en el interior de la comarca".

Rodrigo Villegas, director del club de golf, sostiene que ha sido una sorpresa muy positiva ver cómo la demanda de estas instalaciones del hotel han sobrepasado las expectativas iniciales. "Se nos han desbordado todas las previsiones. Teníamos el objetivo de poder llenar todos los servicios que

ofrece el actual campo de golf sobre el año 2005 y a día de hoy ya lo tenemos desbordado", sostiene Villegas. La apuesta del hotel por el turismo de este deporte es decidida y en el mes de julio se concluirá el campo de golf de 18 hoyos, que hasta ahora está funcionando con 9. "La construcción de las nuevas calles lleva ya cuatro meses realizándose. Las reformas de la casa club se empezaron en noviembre de 2003 y esperamos abrir las instalaciones en julio de 2004. De esta forma completaremos nuestro primer campo de golf, con un par de 72 golpes. El campo ten-

EXISTENCIAS • EL OBSERVADOR • EXISTENCIAS

drá, una vez finalizado, 6.000 metros de recorrido y ha sido diseñado por José María Cañizares". La ampliación también afecta a la casa club actual, "en la que se van a cuidar todo tipo de detalles para que tenga las mejores instalaciones posibles. Tienda, oficinas, cuartos de palos, vestuarios... Además vamos a habilitar una cocina totalmente equipada para servir un restaurante de 400 personas de capacidad. La actual terraza de bar y cafetería se reformará para una mejor comodidad".

Sin contar los trabajos en el actual campo las obras puestas en marcha para este

En total, la sociedad Golf Antequera desembolsará como primera inversión para mejorar el hotel actual siete millones de euros y las obras se pretenden concluir en este año 2004, pues está previsto que la primera ampliación pueda prolongarse por un periodo de ocho meses.

NUEVO HOTEL

En una segunda fase de este gran proyecto global de la empresa, según nos cuenta el máximo responsable del Antequera Golf, se construirá un hotel (el segundo) de cinco estrellas que estará pegado al campo de golf

habitaciones, "que tendrán todas las comodidades y lujos que en la actualidad caracteriza a un recinto de dichas dimensiones".

También hay previsto un apartotel con 100 apartamentos de lujo y una residencia de ancianos con capacidad para 100 personas. Además, se construirán y pondrán a la venta 450 viviendas unifamiliares con parcelas entre 1.200 y 2.500m² y entre 200 y 450m² construidos.

Como tercera y última fase está planificada la construcción de un hotel en la zona de La Magdalena, que comenzará pasado el año 2005. La ampliación también contempla



Vistas exteriores
del hotel
Antequera Golf



mes de febrero ampliarán las instalaciones en 1.200 metros cuadrados entre habitaciones y espacios comunes. Dentro de estos lugares comunes se va a construir un salón (con la posibilidad de dividirlo en dos) con una capacidad de 1.100 personas.

De esta manera el Hotel Antequera Golf reforzará su posición en otro de los sectores que considera fundamentales: el de congresos. "Durante todo el año trabajamos con congresos, grandes reuniones y comidas de empresas. Somos el referente en Antequera y su comarca de este tipo de servicios" sostiene Miguel Rodríguez, que mejorarán la oferta de estas instalaciones específicas "porque nos hemos quedado pequeños". Ya está previsto el proyecto de hacer un auditorium con capacidad para 1.400 personas.

actual. Estas instalaciones, que incluso podrían empezar a edificarse en este mismo año, irían acompañadas de un campo de fútbol con el objetivo de que sea el reclamo de equipos extranjeros que vengan a concentrarse en los meses de invierno.

En esta segunda fase, aunque muy próxima en el tiempo pues su comienzo puede producirse en unos meses, el grupo empresarial realizará su más importante inversión: 144 millones de euros para diversificar su oferta con diferentes establecimientos. Y todos en Antequera. El fin de todas las acciones están previstas para el año 2020. "El proyecto que empezó con el Hotel Antequera Golf está avanzando y creciendo con mucho optimismo y un gran entusiasmo", afirma Rodríguez, que explica que el segundo hotel ya mencionado contará con un total de 230

en ese mismo lugar la creación de una casa de campo de golf. Estas instalaciones se habilitarán en el convento de La Magdalena, propiedad de la empresa tras adquirir la finca del mismo nombre. En el convento, y por convenio con el Ayuntamiento de Antequera para restaurarlo, se instalará el club de golf. El edificio religioso de La Magdalena data del siglo XVI y ha sufrido diversas reformas a lo largo de los siglos. Ahora se aprovechará la ocasión para ayudar a su mejor conservación.

Miguel Rodríguez afirma que Antequera "tiene el potencial de crecimiento en los próximos 30 años como lo ha tenido Málaga, Sevilla y Granada. La infraestructura para dicho crecimiento es la que tenemos que programar. No sólo los campos de golf sino la industria y el comercio serán los beneficiados de dicho crecimiento".

Nació con la idea de ocupar el vacío que existía en este tipo de instalaciones en la comarca. Había otros establecimientos hoteleros de calidad en la zona pero ninguno disponía de la variedad de servicios e instalaciones del Hotel Antequera Golf. Se trataba de implantar en la zona una oferta de gran calidad (un cuatro estrellas) que satisficiera las necesidades de la multitud de personas de negocio que tienen que pasar noche o varios días en la zona. Hoy, el hotel dirigido por Miguel Rodríguez está ya asentado como un referente de instalaciones del interior de la provincia y

tras, reuniones y congresos de trabajo como banquetes, galas, conciertos o cualquier otra animación. Dispone igualmente de una amplia zona de jardines y terraza junto a una de las piscinas con capacidad para acoger cócteles o comidas formales al aire libre.

Los servicios del Hotel Antequera Golf facilitan instrumentos de la más alta tecnología audiovisual para presentaciones. Al cliente que lo solicite le facilita la gestión y contratación de azafatas con conocimiento de idiomas, intérpretes, cabinas de interpretación y carpas e instalaciones desmontables para eventos en el exterior.

ta con otra al aire libre. La empresa además organiza actividades deportivas al aire libre y en contacto con la naturaleza.

El Hotel Antequera Golf cuenta con otros servicios y atractivos añadidos: una agencia de viajes, con tiendas, peluquería, servicio médico las 24 horas del día, discoteca, cafetería, bar, diversos jardines y terrazas. Dispone de parking al aire libre y garaje cubierto con posibilidad de acoger entre ambos más de un centenar de plazas de turismos y autobuses. En lo que respecta a restaurantes, el edificio cuenta con dos: El Encinar, dedicado a la cocina andaluza de



Un hotel de cuatro estrellas en el interior de la provincia

Fachada e Interior del Hotel Antequera Golf. Vestíbulo, sala de fitness, salones y cafetería



varios touroperadores extranjeros ya lo tienen dentro de su paquete de ofertas. Con su apuesta decidida por el turismo de golf y el de reuniones y congresos se está abriendo además un camino todavía no recorrido en la comarca.

El Hotel Antequera Golf se encuentra situado en la zona residencial Santa Catalina, a cinco minutos del centro de la ciudad (Urbanización Santa Catalina, s/n). El edificio es de corte tradicional andaluz, lujoso y luminoso, y cuenta actualmente con tres salas para el mercado de congresos.

Una de ellas, el salón Andalucía, dispone de 1.300 metros cuadrados y se puede modular en 4 salones más pequeños y capacidades variables en función de los montajes. Estos salones son de uso múltiple pudiendo acoger tanto exposiciones, ferias de mues-

INSTALACIONES DEPORTIVAS

El deporte es un factor determinante en la concepción del hotel, hasta el punto de que es uno de los pilares, junto con los impresionantes paisajes que rodean al complejo, sobre los que se sustenta la diferenciación de su oferta con respecto a otros espacios hoteleros de la comarca. Su producto estrella es el campo de golf. Único hotel de la zona con este servicio, hasta ahora ha estado funcionando con 9 hoyos pero tras el mes de julio se abrirá el recorrido completo. Junto a éste, también hay un campo de prácticas perfectamente equipado.

En el interior del edificio los clientes pueden optar por sala de aeróbic, gimnasio, sala de musculación, sauna, jacuzzi, ducha escocesa y baño turco. También hay una piscina cubierta climatizada, que se complemen-

nueva creación con platos muy elaborados y con un aforo máximo de 100 comensales; y El Buffet, de una cocina más sencilla y con una capacidad para un máximo de 150 personas.

Por último, el hotel cuenta con 180 habitaciones amplias y luminosas. Adaptadas a las nuevas tecnologías, todas cuentan con acceso por banda ancha a Internet, bien desde portátil, bien desde la televisión a través de teclado inalámbrico. De las 180, 169 son habitaciones dobles con terraza y vista exterior. Las 11 restantes son suite con cama 'king size', baño hidromasaje y están situadas en lugares privilegiados del edificio.

La decoración del hotel, muy cuidada, fue desarrollada por Jean Claude Schmidt y Rafael Raez, que otorgaron a la funcionalidad un toque de elegancia.

2 **5/7** **23** **CINE/ L2 / J5 - S7 / L23 / 19:00h. / PROYECCIONES EN V.O.S.**
Ciclo *Monty Python*. [L2] *La vida de Brian* / [J5] *Lo mejor de Flying Circus*, capítulos 11-15 / [V6] *Lo mejor de Flying Circus*, capítulos 16-20 / [S7] *Lo mejor de Flying Circus*, capítulos 21-25 / [L23] *El sentido de la vida*.

3 **TEATRO/ M3 / 19:00h.**
La *Commedia dell'arte*. Encuentro con la compañía Gestus Teatro.

4 / 11 **CURSO CREACIÓN LITERARIA/ X4 / X11 / X18 / X25 / 19:00h.**
18 / 25 *El don de las palabras*. Taller Gratuito de Escritura Creativa. PREVIA INSCRIPCIÓN.

9 **CINE/ L9 / 19:00h.**
El mes más corto. Los mejores cortos del cine español vol. 3.

10 **CONCIERTO HIP-HOP/ M10 / 19:00h.**
Hablando en plata. 'Supervillanos de alquiler'.

12 **COLOQUIO/ J12 / 19:00h.**
El laberinto de la memoria & la vida junto a un enfermo de Alzheimer. Con Mónica Múzquiz, psicóloga y el profesor Miguel Sánchez, miembro de AFA.

13 **LIBROS/ V13 / 19:00h.**
Una vez Argentina, de Andres Neuman. Presentación del libro con el autor.

14 **LIBROS/ S14 / 19:00h.**
Un tipo con suerte, de Manolo Santana. Presentación del libro con el autor.

16 **CINE/ L16 / 19:00h.**
El mes más corto. Los mejores cortos del cine español vol. 4.

17 **CINE/ M17 / 19:00h.**
El mes más corto. Selección de producciones malagueñas. Con sus autores.

19 **CONCIERTO/ J19 / 19:00h.**
Sidy Samb. La sombra del duende.

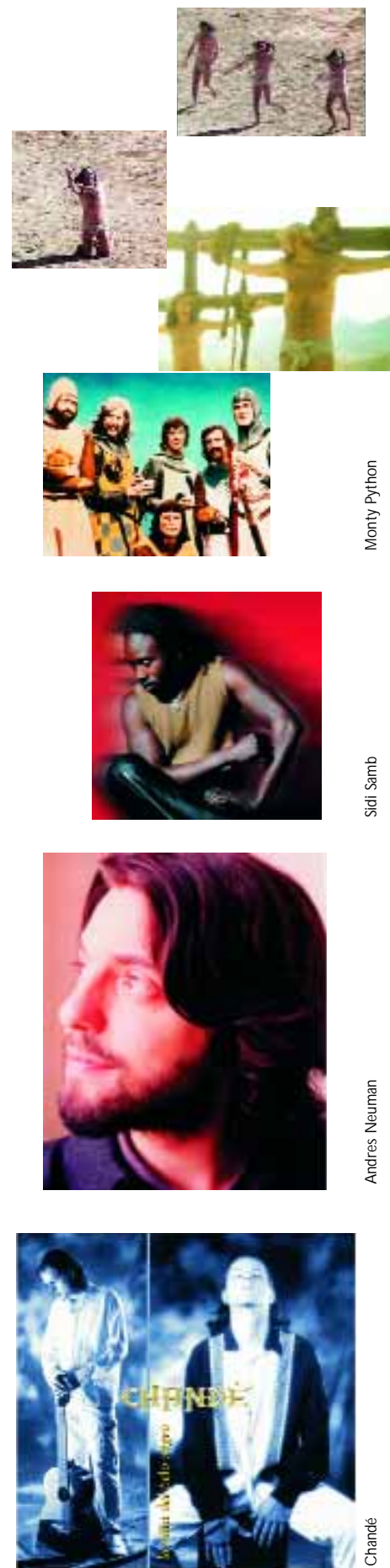
20 **CONCIERTO/ V20 / 19:00h.**
Chandé. La niña del pelo negro.

21 **HARRY POTTER · TEATRO-CINE/ S21 12:00h. / S21 16:00-18:00**
Animación: *Harry Potter y la Orden del Fénix*, por Cecilia Malardi [12:00]
Proyección: *Harry Potter y la piedra filosofal* [16:00 h]
Proyección: *Harry Potter y la cámara secreta* [19:00 h]

24 **PROYECCION/ M24 / 19:00h.**
Untitled, otra entrevista a Richard Frusciante. Por Nacho Recio.

26 **CONCIERTO/ J26 / 19:00h.**
Les Philippines. Logo NTF.

27 **CINE/ V27 / 19:00h.**
See You Later Cowabunga, la maldición del cenachero diabólico. Presentación de la película y actuación de Hairy Nipples, Los tortures y The Shapiros.



Monty Python

Sidy Samb

Andres Neuman

Chandé

RESTAURANTE
ROJO

La respuesta del público no ha podido ser mejor: a poco más de un mes desde el día de su apertura, el pasado 27 de diciembre, ya había que reservar mesa para los fines de semana. La explicación puede estar en la peculiaridad de la oferta: un ambiente minimalista para degustar cocina mediterránea a precios sensatos.

Lo más llamativo de Rojo es su estética. De hecho consigue atraer la atención de quien pasa por delante del local. Detrás de grandes cristalerías se vislumbra una cuidada imagen minimalista. La decoración es obra de David Boldu, decorador y arquitecto catalán, que trabajó con libertad absoluta. El rojo y el blanco son los únicos colores utilizados, que se entremezclan con la calidez de la madera del suelo y el techo (aportación del antiguo local y que se ha mantenido) y con el tono gris de los pilares. Después, el resto de los elementos del restaurante (vajilla, servilletas, vestimenta de los camareros...) respetan al máximo la estética implantada.

"La falta de decoración y de ornamentos es precisamente lo que decora el restaurante. Es una de las características principales de Rojo. Nadie se queda impasible, llama mucho la atención de la gente", afirma la encargada Adriana Santos. La música de fondo del local y la iluminación, con puntos de luz bien estudiados que varían según la hora del día, contribuyen a crear un ambiente relajado, íntimo y ameno que transmite tranquilidad. Por este motivo la barra está situada al fondo del local, separada de las mesas para no mezclar situaciones distintas.

BUENOS PLATOS A BUENOS PRECIOS

Rojo está situado en el local que ocupaba la cafetería Kitsch, convertido ahora en un coqueto restaurante de la mano del empresario Alfredo Guerisoli, director de G2 Producciones, que realiza su primera incursión en el mundo de la hostelería. "Quería hacer algo diferente a todo lo que hay en Málaga. Es una apuesta arriesgada que necesitaba además estar en un lugar con mucho tránsito y movimiento", afirma Guerisoli, que se decidió por la Calle Granada. "Hemos acertado en la decoración, la cocina y el precio", añade, y se muestra muy satisfecho con los primeros pasos de la nueva experiencia.

La cocina mediterránea es el denominador común de una carta que no es muy amplia pero que está seleccionada por su relación calidad-precio. Se puede comer por más y por menos dinero, pero 20 euros es el gasto medio por persona. La encargada del

Minimalismo mediterráneo

Comer, beber y relajarse.

La frase, que adorna la carta expuesta en la entrada, define a la perfección el espíritu de **Rojo**, uno de los restaurantes de moda de Málaga: céntrico, original y con buenos precios



[Rojo. Restaurante, cafetería y lugar de copas](#)

C/ Granada, 44. / Tlf.: 952 22 74 86

De 10 mañana a 1,30 madrugada ininterrumpidamente

No cierra ningún día

Precio medio:

20€/persona

local explica que en la oferta gastronómica se combinan "platos tradicionales con otros más innovadores. Hay ensaladas, patés caseiros, legumbres como unas lentejas rojo (con costillas de cerdo en salazón), sopa de cebolla o dos platos de pasta". Las carnes guisadas, carnes rojas a la plancha y el pescado también se pueden degustar. Los postres, que varían según los días, completan la carta, resumida por Adriana Santos en una frase: "Buenos platos a buenos precios". En cuanto

a la oferta de vinos, también está seleccionada para ofrecer marcas reconocidas por una cantidad asequible. Cuatro tintos y otros blancos, todos españoles, son los caldos que componen la carta.

La capacidad del local es de 60 personas, que se ampliará con la instalación definitiva de la terraza. Rojo nace con vocación de estar en funcionamiento continuo. Es cafetería, restaurante y lugar de copas, en horario ininterrumpido y sin día de cierre.



derecho a la ciudadanía

Por una sociedad integradora

Ayúdanos a conseguirla



852 38 3200 - Málaga | 852 46 2337 - Fuengirola | 617 54 8588 - Torre del Mar | 852 84 1580 - Antequera | <http://www.malaga.acoge.org>

Un trozo de África en Málaga

Arte, difusión cultural, comercio y solidaridad. Mbaye Fall y Ali Jobe, de Senegal, son embajadores de su país en Málaga con su grupo de danza y música *África Tam-Tam*, y su tienda *Baobab*, dedicada al arte popular africano. Parte de sus beneficios acaban en la escuela o la sanidad en su país

La música los unió un día de forma casual y cuatro años después son una esperanza para varios compatriotas y un magnífico escaparate en Málaga para su país: Senegal. Alioune Jobe (al que todos llaman Ali) y Mbaye Fall se conocieron gracias a un concierto que Youssou N'Dour dio en Málaga en 1999. El cantante senegalés visitó entonces la Costa del Sol para ofrecer un recital en el Teatro Cervantes y provocó que se dieran cita un buen número de emigrantes africanos afincados en Andalucía. Tras la actuación, Ali y Mbaye coincidieron y decidieron quedar alguna vez para tocar juntos y 'matar' el gusanillo. Hoy tienen un grupo, una tienda de artesanía y decoración africana y una asociación. Las ganancias repercuten de una manera directa en su país y en otros territorios del oeste de África. Es el *comercio justo* llevado a su máxima expresión.

Los primeros pasos se dieron con unos *ensayos familiares*. Poco a poco se unieron a Ali y Mbaye compatriotas senegaleses hasta que nació *África Tam-Tam*, un grupo concebi-

BAOBAB

Artesanía y decoración africana
Polígono El Viso
Alcalde Gómez Gómez, 66
Telf.: 952 32 11 87
www.africabi.com



1. Alioune Jobe
2. *África Tam-Tam* en una actuación en el Centro Cultural Provincial de Málaga
3. Tienda Baobab; figuras femeninas en madera de teca; mujer portadora
4. Tambor senegalés, *djembé*; madera de caoba



1. Bailarín de *África Tam-Tam*
 2. Tienda Baobab; elefante de madera iroko, Costa de Marfil
 3. Tienda Baobab, interior
 4. *África Tam-Tam* en acción
 5. Mbaye Fall

do para dar a conocer la música, danzas, cantos y hasta vestimenta típica del occidente africano. La banda se pone en funcionamiento cada año a partir de marzo, fecha en la que comienzan a salir las primeras actuaciones. Su plato fuerte es el Selwo, donde están contratados toda la temporada que permanece abierto el parque de aventuras para interpretar danzas, música y escenas cotidianas de la vida del continente africano.

Junto al Selwo, las ferias o actividades de varios días son lo que más ocupa la atención del grupo. "En la época fuerte del año, el verano, estamos hasta 15 personas trabajando" afirma Alí, que explica que todos son emigrantes que la empresa suya y de Mbaye se encarga de traer legalmente a España. "Les conseguimos visados y casa, vienen aquí a trabajar por un tiempo y después se vuelven a Senegal. La idea es que puedan ayudar a sus familias haciendo algo de dinero aquí". Entre las actuaciones fijas de Selwo y las esporádicas de otros lugares ya han venido una veintena de compatriotas de la mano de Mbaye y Alí, ambos senegaleses y casados con españolas.

Alí explica que a partir de ahora quieren empezar también a traer cocineros y no sólo músicos. La idea es poder ofrecer a la vez "música, artesanía y gastronomía de

nuestra zona, para poder enseñarlo en las ferias a las que vayamos y para organizar cosas que ayuden a recaudar dinero para Senegal, para construir pozos o hacer escuelas". Con esa idea crearon la Asociación de Culturas por la Tolerancia y el Desarrollo, "para enseñar nuestra cultura y sensibilizar a la gente de la falta de recursos que sufre nuestro país".

BAOBAB

El tercero de los proyectos de esta pareja de emprendedores senegaleses es *Baobab*, una tienda de artesanía y decoración africana que supone el mayor sustento tanto de ellos como de las diferentes ayudas directas o indirectas que realizan a sus compatriotas. Creada en el año 2000, Baobab es lo más parecido a un pequeño paseo por el África occidental sin salir de la nave industrial en la que está. A través de sus más de 500 piezas de artesanía se hace un extenso repaso a muchas de las tradiciones de Senegal, Costa de Marfil, Ghana y otros países limítrofes.

Los muebles de madera son tallados a mano en los países de origen. Están hechos de madera maciza, principalmente de ébano. En muchos casos son de una sola pieza y hay desde mesas con forma de animales hasta sillas de relajación desmontables. Todas las

obras de artesanía se traen en barco desde Senegal y en Málaga se montan y barnizan. Igual proceso tienen las figuras africanas, muy típicas junto con las máscaras de tribus, que son otras de las especialidades de Baobab. Alí y Mbaye también venden una extensa variedad de cuadros de arena, hechos con colores naturales gracias a la arena de las playas, el desierto, restos de carbón... Otro de los productos comunes son los instrumentos de música, casi todos de percusión. El djembe, sabar y el djun-djun son algunos de ellos.

De venta al por mayor y a particulares, se pueden adquirir a precios económicos productos únicos, hechos todos a mano y en sus lugares de origen, que los artesanos tardan a veces meses en fabricarlos, a lo que hay que sumar la duración del trayecto en barco hasta Málaga.

De esta manera, el 'árbol sagrado senegalés' (Baobab) de Málaga enseña sus productos y revierte parte del dinero ganado directamente en los artesanos de Senegal y de otros países como Ghana o Costa de Marfil, que son quienes realizan el material vendido por Alí y Mbaye. Quizá por compartir el origen con los artistas, en su visión del comercio Alí y Mbaye dan más importancia a un menor beneficio para todos que a una mayor ganancia sólo para ellos.



6. Tienda Baobab, tambores
 7. Tienda Baobab, máscara que lleva el espíritu que anda sobre zancos. Origen: Casamance, Senegal
 8. Máscara etnia Guru, Costa de Marfil

cien por cien ecológico

Construcción sostenible, productos no contaminantes, aditivos naturales. Los términos que hacen referencia a cuestiones ecológicas están de moda. Poco a poco en la sociedad española va calando el mensaje de protección de nuestro entorno que ya se tiene asumido desde hace años en gran parte de Europa. Aprovechando la imagen positiva que ofrece elaborar productos naturales, muchas empresas de todos los sectores abanderan la idea de producir con una contaminación cero o de realizar sus enseres con ingredientes ecológicos. Y no todo es tan real como parece.

El ejemplo más claro lo podemos tener con la madera. Una construcción hecha de madera será ecológica cien por cien en los materiales usados. Es la suposición, porque la realidad es distinta. Cuestiones adicionales como el barniz, la cera o el esmalte pueden degradarla y hacerle perder el valor añadido que posee. La empresa catalana Ecoquimia, que comercializa sus productos de madera a través de Silver Solutions, explica que tan importante es construir con materias primas naturales (madera) como tratarlas con productos igualmente naturales.

La filosofía de Ecoquimia, según sostiene su director Luis Baleriola, es "fabricar productos para la industria empleando exclusivamente materias primas de origen natural y no tóxicas, pero consiguiendo al mismo tiempo idénticas prestaciones que los productos sintéticos". Hasta hace un tiempo la idea de conseguir mismos resultados con productos naturales estaba poco asentada en España, concepción que va variando cada vez más. "Nosotros fundimos las antiguas fórmulas tradicionales a base de productos naturales con las nuevas materias primas y tecnologías para ofrecer al cliente exclusivamente una línea de productos para la madera no tóxicos y biodegradables, cuyo coste y prestaciones los colocan en la vanguardia del mercado", asegura Baleriola, que afirma que estos productos están dejando de ser artículos de lujo porque al fabricarlos en España se consigue abaratar mucho los costes.

BARNIZ NATURAL

El ejemplo de la madera es clarificador para discernir entre un producto ecológico y uno sintético. Cuando se le aplica barniz, el sintético "protege por fuera *vitrificando* la madera, aislándola del exterior. Por contra, el lasure (barniz natural) protege al nutrir el interior de la madera con aceites vegetales, dejando el poro abierto para que la madera autorregule la temperatura y la humedad". Baleriola

Sólo es 100% ecológico lo que se produce de modo ecológico en todas sus fases. Emplear la madera natural en una casa y tratarla después con barnices químicos es una enorme contradicción... evitable



La utilización de materiales ecológicos en el tratamiento de las maderas garantiza mayor duración y salud. Estos productos se elaboran con sustancias 100% naturales: resinas, aceites vegetales, cítricos, cera...



explica que la madera es un elemento vivo, que se expande y contrae. El hecho de que la superficie no transpire pasa factura con el paso del tiempo. "La madera barnizada sintéticamente, para su mantenimiento, cuando volvamos a barnizarla necesita de un decapado o un lijado. Con los lasures no es necesario, basta una aplicación sobre lo que ya hay para que penetre de nuevo y quede como el primer día".

Sebastián Fernández, directivo de Silver Solutions (una de las empresas encargadas de la distribución en España de productos naturales para la madera, añade que los barnices naturales nunca se agrietan, mientras los sintéticos se desprenden con el tiempo. "Las resinas sintéticas suelen llevar hidrocarburos aromáticos y otros aditivos tóxicos; los lasures realizados con aceites y resinas vegetales los evitan". Según Fernández, la ventaja de los productos naturales es que los

costes hoy en día "no tienen por qué ser muy diferentes". Añade que sólo hay que fijarse en países de gran tradición maderera como Finlandia, Suecia o Canadá, "donde se emplean siempre como protector de la madera sustancias a base de aceite a poro abierto, ya que han comprobado que la protección externa del sintético es muy poco efectiva y conlleva mayores problemas a medio plazo".

Al igual que con el barniz sucede con otros productos. Los sintéticos tienen ya en el mercado español sus productos análogos naturales, que sin suponer coste adicional ni peor calidad dan mejor resultado y son más ecológicos. Las ceras, por ejemplo, pueden ser de abeja o de carnauba (escama de una planta brasileña que proporciona un brillo muy intenso), los disolventes están hechos a partir de cítricos y los esmaltes se realizan por medio de pigmentos minerales.



902 119 133
www.a-i.es

Con tu ayuda seguiremos
mostrando la verdad.

**Amnistía
Internacional**

25 años en España.

Pasión por el sonido

Único en España". Así definía Salvador Dangla, asesor técnico y redactor jefe de la revista *Alta Fidelidad*, el *Show de sonido e imagen Misaca* que se celebró el pasado mes de diciembre en el Parador de Gibralfaro. En torno a 500 personas visitaron la quinta edición de esta exhibición de audio de la más alta calidad que cada año organiza Misaca, tienda de alta fidelidad. La estrella este año: un giradiscos (para vinilos) artesanal cuyo precio asciende a 11.500 euros (casi dos millones de pesetas).

Las jornadas de alta fidelidad son una práctica habitual de las grandes capitales del mundo. Esta original idea fue introducida en España por medio de unas pocas tiendas señeras de Madrid y Barcelona. Hasta principios de la década de los 90 todavía se podía asistir a algunos actos de este tipo que se celebraban gracias al interés de comercios privados: exponían equipos de última tecnología, hacían demostraciones y el público podía comprobar de primera mano el sonido de la más alta calidad y las novedades más impactantes del mercado de la reproducción sonora. "Hay una tienda en Valencia que hace una jornada de puertas abiertas, pero que no tiene nada que ver con esta demostración. Estas jornadas de Málaga en la que gente apasionada de la música viene a disfrutar de la alta calidad son únicas en España", afirma el asesor técnico Dangla, que añade: "Es una pena pero el sector está un poco desperdigado; se ha perdido la tradición de estos apasionados que comulgan por unos equipos perfectos, por una música perfecta".

El responsable de mantener viva esta tradición es Miguel Salas, dueño de Misaca (Paseo de los Tilos, 62). Salas afirma que el objetivo de esta exhibición "es más didáctico que otra cosa. Está concebida para que la gente se divierta y sepa las posibilidades que hay de reproducción sonora en stereo tradicional. Procuramos traer lo último del mercado en tecnología sin mirar el precio. La idea es crear afición en Málaga, cosa que hacemos desde hace 30 años con la tienda".

PRODUCTO ESTRELLA

El producto estrella de esta quinta edición ha sido, curiosamente, un reproductor de discos de vinilo. Ahora que el avance de la tecnología deja cada vez más rápido obsoletos los sistemas de reproducción y que el Compact Disc se ha expandido por todo el mundo, Miguel Salas introdujo, "por primera vez en estos encuentros", una demostración con un giradiscos artesanal marca Simon Yorke. Su creador, un inglés del mismo nom-

Misaca, un establecimiento local de máximo prestigio entre los dedicados a la alta fidelidad, celebró su quinta edición del *show de sonido e imagen* en el Parador de Gibralfaro. De nuevo, la cita sirvió para encontrarse con productos novedosos en el mercado nacional



MISACA
Paseo de los Tilos, 62
29006 Málaga
Telf.: 95 233 56 97
y 95 231 05 58 (taller)

bre, se desplazó expresamente a Málaga la semana anterior a la demostración para hacer la instalación en persona.

Durante la exhibición se reprodujeron varios discos de música clásica grabados hace unos 40 años para demostrar la precisión del equipo, que alcanza un precio de 11.500 euros. "Como se puede observar -comenta Salas- sigue compitiendo perfecta-

mente con las señales digitales". Este giradiscos, junto a otros aparatos que lo acompañaban (altavoces JBL de tres vías procedentes de Estados Unidos; etapas de potencia monofónicas de 500w, McIntosh; reproductor universal Teac DV 50; y electrónica de válvulas audio research), se presentaron por primera vez en España gracias a la iniciativa de Misaca.

GREENPEACE



Sobran las palabras

EL OBSERVADOR **SUSCRÍBASE**

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

SÍ deseo recibir cada mes la revista EL OBSERVADOR directamente en mi domicilio. 8 (ocho) ejemplares, precio de 20,00 euros, IVA incluido

Forma de pago:

- Domiciliación bancaria
- Talón nominativo adjunto a nombre de Airon Sesenta
C/ Fernando Camino, nº 11, 1ªA, 29016 Málaga

Nombre y apellidos _____
 Domicilio _____
 Población _____ CP _____ Provincia _____
 Tlf.: _____ e-mail _____

DATOS PARA LA DOMICILIACIÓN BANCARIA

Banco o Caja _____ Nº Sucursal _____
 Dirección _____
 Población _____ CP _____
 Provincia _____

Ruego carguen a mi cuenta/libreta nº _____ el pago de los recibos que Airon Sesenta, S.L. les presentará a mi nombre hasta nuevo aviso.

En _____ a _____ de _____ de 2003

Firma

