



Playas Protección para la gallina de los huevos de oro

► Tras una legislación costera que apeló más, no siempre con éxito, a la conservación de la franja litoral del urbanismo, la nueva normativa que entró en vigor en mayo de 2013 y cuyo reglamento acaba de hacerse público apuesta más por sacar un mayor rendimiento a las playas, sobre todo a las urbanas. No obstante, tanto los ayuntamientos como los hosteleros sostienen que nadie está dispuesto a matar la gallina de los huevos de oro, aunque tampoco a desaprovechar el mayor patrimonio turístico de la provincia, sus playas. En la imagen, uno de los cientos de establecimientos del litoral malagueño.

La nueva ley de Costas se convierte en una fuente de ingresos para los municipios

► El sector de los chiringuitos y restaurantes de playa subraya que las nuevas concesiones para tres décadas, además de beneficiar a los ayuntamientos, generará contratos fijos a cocineros o camareros

FRAN EXTREMERA MÁLAGA
 @extremerafran

■ El reglamento de la Ley de Costas, en consulta pública desde el pasado martes, abre nuevas perspectivas a la explotación turística de las playas españolas y concretamente a las malagueñas, cuyos empresarios han visto reflejadas muchas de las peticiones que formularon como integrantes de la Federación andaluza que los agrupa. Por ejemplo, en áreas urbanas, los chiringuitos podrán instalarse a una distancia de 150 metros, frente a los 200 de la anterior normativa. Pero además se permitirán las fiestas en la arena o se fijan concesiones de 15 años, prorrogables por ese mismo periodo.

Manuel Villafaina, el presidente de los Empresarios de Playa de Málaga y provincia, sostiene que este último aspecto permitirá que este próximo verano se puedan suscribir contratos fijos a los empleados, frente a los firmados hasta ahora de manera temporal. «Pasamos página a la inseguridad jurídica, porque hemos estado hasta este momento en precario cada

año. Dentro de una alegalidad que nos impedía tomar decisiones muy demandadas, positivas para el empresario y también el trabajador. Al tener ahora las concesiones por 15 años más otros 15, no vamos a tener a los empleados eventuales. Dejaremos de tener miedo a que un despido, forzado por el fin de una concesión, te acarree la ruina».

A partir de ahora los restaurantes construidos en los paseos marítimos podrán ampliarse hasta los casi 300 metros cuadrados, un aspecto que también permitirá ofrecerle un mejor servicio al turista, según los portavoces del sector. Mejoras como la reforma de los aseos y la instalación de servicios adaptados a discapacitados permitirán reforzar la competitividad de estas explotaciones tradicionales, típicas de la costa malagueña, así como de la mayoría de tramos litorales de Andalucía y de otras comunidades que basan su oferta en el sol y playa.

Villafaina, en nombre de todo el colectivo empresarial, aclara que la provincia malagueña, a diferencia de otras áreas andaluzas, como el litoral onubense, no está afectada por

PREVISIONES

Una temporada que apunta a ser histórica

► El sector turístico de la Costa del Sol, a raíz de los acuerdos suscritos con empresarios británicos y alemanes con motivo de las últimas ferias celebradas en Londres, Madrid o Berlín, confía en alcanzar durante esta próxima temporada turística máximos históricos en cuanto a afluencia de visitantes a la provincia. La Semana Santa, auténtico termómetro de la posterior campaña estival, ya empieza a registrar el cartel de «completo» en numerosos establecimientos turísticos. Chiringuitos y restaurantes de playa se preparan para vivir su primer verano con el nuevo marco normativo, mucho más flexible en cuanto a la utilización de las playas para eventos.

aspectos «confusos» de la nueva normativa, como «esa distinción entre playas urbanas y naturales». El reglamento impedirá que en las

segundas proliferen los chiringuitos. «Se quedarán muchas de esas playas totalmente desiertas. Pero en nuestra provincia, como las playas son urbanas y tienen una enorme afluencia de público, vamos a poder celebrar eventos esporádicos en las playas, como existen en países como Italia, Francia, Turquía o Grecia», aclara el presidente.

Los responsables de las concejalías de Playas consultados acerca de esas nuevas perspectivas, reconocen que poder organizar los citados acontecimientos de repercusión nacional o internacional, en el ámbito de la cultura o el deporte, podrán generar nuevos ingresos. Y sobre todo han puesto ya la atención los ayuntamientos en la novedad, permitida por la normativa recién instaurada, de estar permitida la instalación de publicidad en las mismas playas.

Los técnicos, no obstante, quieren mostrarse cautos respecto a la aplicación de la nueva normativa a corto plazo. Explican que hasta el 2 de abril se podrán presentar alegaciones al reglamento de la nueva Ley de Costas y que mientras se res-

ponden o son consideradas, y finalmente se hace público el texto definitivo, estará encima el verano. Los empresarios coinciden en señalar este mismo aspecto.

La legislación, por otra parte, va a permitir distinciones notorias entre comunidades autónomas. Si los chiringuitos temporales van a poder tener una superficie máxima de 600 metros cuadrados en Andalucía, en tierras valencianas no podrán superar los 20 metros cuadrados. Villafaina, al respecto, considera que la Federación andaluza «ha apostado fuerte por este cambio normativo y cabe estar contento, porque las perspectivas que había sigue siendo buenas. Nuestras reuniones en Madrid han obtenido sus frutos», concluye.

Los empresarios también piden cautela, acerca de los plazos para poder ver a pie de playa los cambios, debido a la actual recesión. Y es que aunque el pasado verano se registraron máximos históricos en algunas zonas, por la masiva afluencia de turistas, no es menos cierto que las cajas se resintieron al hacer los balances económicos. Llegaron más visitantes, pero el gasto por persona volvió a ser muy inferior al de anteriores ejercicios. Sin esos mejores resultados, que si empezaran a llegar, según todas las previsiones, a partir del próximo año, es difícil que un concesionario justo en este momento pueda afrontar gastos adicionales por ampliación de las instalaciones. Pero, como coinciden en destacar varios de los adjudicatarios, el turista alemán ya ha abandonado la crisis de estos dos últimos años y los británicos son los que mejor han capeado la coyuntura económica actual. Si las perspectivas positivas se cumplen, un notable número de establecimientos aplicarán sus mejoras casi de inmediato.