

**Comercio Exterior.** La principal cadena de supermercados del país islámico elige productos «gourmet» de la huerta andaluza para comercializarlos entre su población. El director de la empresa, Khalid Ahmed Al Darwish, visita estos días Málaga para analizar nuevas posibilidades de exportación. «Al Andalus es el paraíso», dice

# La despensa andaluza en Arabia

► Manuel Supermarket tiene un torero como logotipo y una amplia gama de lo mejor de la gastronomía española

SERGIO RODRIGO / EFE. MÁLAGA

■ «En los ojos de las familias saudíes Al Andalus es el paraíso», según Khalid Ahmed Al Darwish, director de una cadena de supermercados de Arabia Saudí que tiene un torero de logotipo y una despensa en la que hay productos gourmet de las huertas andaluzas.

Manuel Supermarket es el nombre de la cadena líder de supermercados de Arabia Saudí, un complejo en expansión que desde hace tres años cuenta con una despensa formada por frutas y verduras frescas andaluzas, así como alimentos de primera calidad, entre ellos patatas fritas o los tradicionales picos de pan.

«Nuestra intención es que todo lo que sean exportaciones españolas empiecen en Andalucía, hay un vínculo histórico con la gente de allí», dijo ayer a Efe Khalid Ahmed Al Darwish, que está de visita en Málaga, desde donde se exportan muchos productos a su cadena de lujo.

La cadena Manuel tiene vínculos muy estrechos con España desde el principio, ya que fue construida por una empresa catalana, aunque los primeros productos que importó fueron frutas y verduras de Estados Unidos y Holanda.

Según el empresario saudí, Andalucía cuenta con «el mix perfecto: calidad, precio y confianza». La cadena se compara con la inglesa Harrods y el próximo año Manuel tendrá 70 sucursales en Arabia Saudí de unos 10.000 metros cuadrados, en las que habrá productos como la fresa de Huelva. El director de la cadena destacó que el enfoque de su empresa



Juan Antonio García Gordo, Al Darwish y Rafael García Padilla, ayer la Cámara de Comercio. ÁLEX ZEA

**Al Darwish asegura que se pueden consumir productos andaluces en La Meca, ciudad santa del Islam**

**Los supermercados suministran a familias de clase media y muy ricas, pero también a la Casa Real saudí**

es buscar «pequeños productores con productos de primera calidad».

El empresario saudí comenzó su andadura andaluza con la empresa de Alhaurín de la Torre Hermanos Gallegos, puerta de entra-

da con la que compran desde fruta y verduras fresca hasta aceite de oliva, aunque este no es el más demandado en el mercado a causa de la fuerte presencia del aceite italiano.

**Andalucía en La Meca**

Al Darwish destacó que se pueden consumir productos andaluces en La Meca, la ciudad santa del Islam, con más de dos millones de visitantes al año, ya que cuentan cerca la gran mezquita con un centro de ocho mil metros cuadrados.

Los supermercados Manuel suministran a familias medias y muy ricas, pero también a la Casa Real,

productos andaluces como la chirimoya o los típicos aguacates de la costa tropical, que cuestan unos 10 euros el kilogramo.

Los principales emiratos del golfo ya han demandado estos supermercados, pero Al Darwish no reveló la proyección internacional y aseguró que «Manuel suena a calidad» y su compromiso es por ahora Arabia Saudí.

Cada vez más, los productos andaluces como el aceite de oliva se abren paso en diferentes mercados del mundo, sobre todo en las grandes plazas comerciales asiáticas y ahora en los países islámicos, muy cercanos a nuestra tradición gastronómica.

## Cien jóvenes emprendedores concluyen su formación en unas jornadas

► La iniciativa aglutinó a una veintena de expertos que hablaron sobre el futuro del código abierto

L. O. MÁLAGA

■ Las jornadas #Innoria, Tecnología e inclusión social. Desarrollo a través del acceso abierto, que comenzaron el miércoles en el centro La Noria, dependiente de la Diputación Provincial, llegaron ayer a su fin con la participación de más de cien personas.

Esta iniciativa, organizada por el ente supramunicipal de la mano de la Caixa y con la colaboración de la UMA, aglutinó a una veintena de emprendedores e innovadores, que a través de ponencias, charlas y talleres, dieron a conocer las nuevas oportunidades sociales para la juventud a través de las herramientas tecnológicas en código abierto.

La vicepresidenta del ente supramunicipal y diputada de Derechos Sociales, Ana Mata, asistió a la última de las actividades, consistente en la demostración del funcionamiento de las tecnologías de impresión 3D, llevada a cabo por el proyecto Ehcobab, afincado en Sevilla, y la distribuidora malagueña Reclone 3D.

En la demostración se utilizaron los prototipos desarrollados por los asistentes al taller de Introducción al prototipado 3D que ha tenido lugar durante las jornadas y que estuvo dirigido, especialmente, a jóvenes arquitectos, ingenieros industriales o informáticos.

Durante los pasados días, en #Innoria, Tecnología e inclusión social, se estudiaron los posibles contextos de desarrollo tecnológico que se están desarrollando en la actualidad por entornos jóvenes.

## El 70% de las personas que han dejado de cotizar tienen menos de 30 años

UGT asegura que en agosto se realizaron un 40% menos de contratos a jóvenes que en el mismo mes de 2007

L. O. MÁLAGA

■ La Secretaria de Igualdad y Formación de UGT Málaga, Alicia Fernández, aseguró ayer que siete de cada 10 personas de las que han dejado de cotizar en la provincia desde que comenzó la actual crisis económicas son menores de 30 años.

Así explicó que los contratos iniciales realizados a los jóvenes durante el pasado mes de agosto ascendieron a 14.350. «Esta cifra,

señala un fuerte descenso con respecto al mismo periodo del año 2007 –último año antes del comienzo de la crisis económica– en el cual se realizaron 23.087 contratos a jóvenes», indicó

«Este colectivo se ha visto especialmente afectado por el descenso en el número de contratos. Mientras la contratación en general durante este periodo ha disminuido en un 14 por ciento, en el caso de los jóvenes este porcentaje supone un 38 por ciento», lamentó Fernández.

Asimismo, la sindicalista declaró que los datos de la Seguridad Social «son muy negativos» y explicó que «Si analizamos las afiliaciones registradas en diciembre

de 2007 observamos que el número de cotizantes menores de 30 años ascendía a 148.126, cifra que se reduce en diciembre de 2012 hasta los 76.352 afiliaciones. Durante este periodo se perdieron en la Seguridad Social un total de 104.670 afiliados de los cuales 71.774 correspondían a menores de 30 años. Es decir, 7 de cada 10 personas que dejaron de cotizar tenían menos de 30 años».

Estas cifras, a su juicio, «contrastan con los últimos datos de paro en donde hay un fuerte descenso en el número de desempleados jóvenes». Durante el pasado mes de agosto se registraron en la provincia de Málaga un total de 37.021 parados jóvenes.

## Puertos Deportivos denuncian fuertes subidas en los cánones

► Marinas de Andalucía asegura que Fomento ha impuesto incrementos de hasta el 1.000% desde 2006

L. O. MÁLAGA

■ La Asociación de puertos deportivos Marinas de Andalucía criticó ayer la rebaja del canon a los concesionarios de puertos deportivos del 29 por ciento que la Consejería de Fomento y Vivienda anunció cuando «previamente ha impuesto incrementos medios del mil por ciento».

Según señala en una nota la asociación de puertos deportivos, esta medida que «puede parecer tendente a paliar los problemas de

los concesionarios de puertos deportivos hay que compararlo con las subidas de canon que padecen desde 2006».

Así, detalla que el puerto de Almería sufrió una subida del 1.099 por ciento, en el de Agudulce, del 2.512 por ciento; en Marbella, del 7.536 por ciento; Marina del Este, del 947 por ciento; Puerto Banús, del 512 por ciento; puerto la Duquesa, 433 por ciento en un primer momento y otra subida del 9,14 por ciento más.

Estos datos, según explican, ponen de relieve «la forma en la que la Consejería de Fomento entiende cuáles han de ser las medidas de incentivo para la generación de actividad económica y empleo».