

Rumí considera «mejorable» la nueva Ley de Pesca Marítima

La portavoz de Pesca del Grupo Parlamentario Socialista, Consuelo Rumí, ha lamentado la «poca ambición» del proyecto de ley de Pesca Marítima que ha traído al Congreso el Gobierno, una reforma que ha tachado de «insuficiente» y «mejorable», y que no es la que necesita el sector, ni en el conjunto del país ni en una provincia como la de Almería que cuenta más de un centenar de embarcaciones dedicadas a la pesca artesanal que generan cientos de puestos de trabajo.

En su intervención, Consuelo Rumí ha defendido «la necesidad» de establecer con la reforma de la Política Pesquera Común y con la reforma de la ley vigente un marco normativo, tanto en el ámbito europeo como en el nacional, para mantener el doble objetivo final de permitir la sostenibilidad de la actividad extractiva y la pervivencia de las empresas y, sobre todo, de las comunidades costeras que dependen de dicha actividad.

En ese sentido, ha recordado que la pasada legislatura el PSOE remitió a las Cortes Generales un Proyecto de ley de Pesca Sostenible, «mucho más ambicioso» que el que ha traído al Congreso el Gobierno, con el objetivo de establecer un nuevo, completo y sistemático marco jurídico nacional de la actividad pesquera y del sector económico y productivo de la pesca y de las actividades íntimamente relacionadas con ella, «desde un punto de vista sostenible», subrayó.

En su intervención se refirió a la importancia que la pesca tiene como sector económico estratégico, y recordó que su grupo parlamentario ha solicitado la avocación a Pleno de este Proyecto de Ley, tras su paso por comisión, para no «hurtar un debate que mejore la propuesta».

Campaña en hoteles contra la violencia machista

La iniciativa pretende llegar a los más de 2,9 millones de turistas en el último trimestre del año

Más de 4.000 establecimientos hoteleros andaluces participarán este mes en la campaña de concienciación ciudadana 'Ante la violencia de género no estás sola, cuenta conmigo', impulsada por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) dentro de una campaña atemporal de colaboración con diversos sectores profesionales para implicar a toda la sociedad en la prevención, detección y actuación ante la violencia machista.

La iniciativa pretende dirigirse a los más de 2,9 millones de turistas que pasan por los hoteles andaluces durante el último periodo del año -según datos de la Consejería de Turismo y Comercio-, con el fin de animar a las víctimas y su entorno a denunciar ante cualquier sintoma de maltrato, así como ofrecer información básica sobre los recursos a los que pueden dirigirse, como el número de Teléfono de Información a la Mujer (900 200 999), la atención y acogida inmediata y urgente o la solicitud en el juzgado de una orden de protección.

Para ello, se distribuirán más de 60.000 tarjetas de visita y 2.500 carteles por todos los establecimientos asociados a la Federación Andaluza de Hoteles y Alojamientos Turísticos, que participa en la campaña. En este sentido, la directora del IAM ha agradecido la colaboración del sector, «clave» por su capacidad de alcance, ya que es «idóneo para hacer llegar el mensaje de concienciación a miles de personas que pernoctan en nuestra comunidad, muchas de



Presentación de la campaña. :: IDEAL

ellas mujeres que en algún momento podrían necesitar ayuda».

La iniciativa tendrá una continuidad con la participación durante los próximos meses de más sectores profesionales, como las peluquerías y centros de estética, los taxis, los comercios minoristas o el ámbito de la restauración. Asimismo, en el mes de noviembre, en el que se celebra el Día Internacional contra la Violencia de Género, se llevará a cabo una campaña participativa en colaboración con el Observatorio Andaluz de la Violencia de Género. Además, el trabajo de difusión se complementa durante todos estos meses con una campaña en redes sociales, 'Yo Doy la Cara Contra la Violencia de Género'.

La directora del IAM ha subrayado la importancia de «romper con la temporalidad de las campañas de concienciación», generalmente acotadas al 25 de noviembre -Día Internacional contra la Violencia de Género-, ya que «la concienciación social debe ser continua y conjunta».

Las campañas atemporales con sectores profesionales arrancaron este verano con la colaboración de más de 3.700 farmacias andaluzas, que han colocado en sus mostradores 80.000 folletos informativos sobre los recursos del IAM, con el lema 'Protégete, protégela'. El 74% de la clientela de las farmacias son mujeres.

Las campañas preventivas en colaboración con diferentes sectores profesionales responden al objetivo de la Junta de «implicar cada vez más a toda la ciudadanía en la prevención y detección de la violencia de género», ya que éste es «un problema estructural que tiene su base en el machismo que aún se perpetúa en la sociedad, y que por tanto requiere una actuación conjunta y constante en el tiempo». La directora del IAM ha subrayado que la eficacia de toda la red de recursos «será mayor si llega a las víctimas a través de su entorno más cercano».

Otros sectores profesionales, como taxistas o peluquerías, ya colaboran con el IAM

Unicaja edita por quinta vez su 'Guía financiera'

Unicaja ha presentado la quinta edición de la 'Guía financiera' realizada al amparo del Proyecto Edufinet, uno de los proyectos de educación financiera pioneros en el país. Esta nueva edición da continuidad a un proyecto iniciado en 2008 y que en sus cinco ediciones ha distribuido más de 25.000 ejemplares entre distintos colectivos profesionales, particulares y centros educativos. Concretamente, la quinta edición ha tenido una tirada de 6.000 ejemplares.

Esta 'Guía Financiera' ha sido realizada, dentro del Proyecto Edufinet,

por Unicaja en colaboración con la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA), la Universidad de Málaga (UMA), la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (UPO), la Universidad de Jaén (UJA), la Universidad de Córdoba (UCO) y Universidad de Almería (UAL), y ha sido editada por la editorial Thomson Reuters Aranzadi.

La Guía financiera tiene como objetivo fundamental la mejora de los conocimientos financieros de la población en general, adaptada a las distintas necesidades de los usuarios que se acerquen a la misma, con-



Tapa de la guía financiera de Unicaja. :: IDEAL

tando entre sus páginas desde conocimientos de índole básico sobre el sistema financiero o el presupuesto familiar, a otros de mayor precisión técnica o complejidad, y ha sido elaborada por un equipo de trabajo integrado por personas que colaboran desinteresadamente en el proyecto de responsabilidad social Edufinet.

Se trata de la consolidación de una iniciativa pionera dedicada a la educación financiera de forma práctica y con contenidos especialmente dirigidos a la ciudadanía en general, según subrayan. Además, los contenidos de esta 'Guía Financiera' son una plasmación en papel de los contenidos publicados en el portal web www.edufinet.com, cuyos contenidos son accesibles gratuitamente a todas las personas que estén interesados en ellos.