

# El SAS renueva a 1.650 eventuales con contratos precarios al 75%

Salud esperó a que pasaran las elecciones para informar a los sindicatos en la mesa técnica

**SILVIA MORENO SEVILLA**  
El Servicio Andaluz de Salud (SAS) va a renovar estos días a 1.650 eventuales no estructurales con contratos al 75%, mantenido así la situación de precariedad que llevan sufriendo desde hace más de dos años, cuando la Administración andaluza implantó este recorte, informó ayer el sindicato CSIF.

La renovación en precario de este numeroso grupo de profesionales del SAS supone un incumplimiento de la promesa que hizo la presidenta de la Junta, Susana Díaz, en el Parlamento andaluz en septiembre de 2014, durante el Debate del Estado de la Comunidad.

«Igualmente, les anuncio que durante el próximo año 2015, los 8.000 sanitarios públicos andaluces van a recuperar su jornada laboral y sus salarios íntegramente, reducidos al 75% por imposición del

Gobierno de España», proclamó Susana Díaz en el Parlamento el 17 de septiembre de 2014.

Todo el mundo entendió que el SAS ya no iba a hacer ningún contrato al 75%, pero cuatro meses después, el 28 de enero pasado, llegaron las matizaciones. Entonces, la Junta afirmó que quienes recuperarían el 100% de los salarios y la jornada serían los «eventuales estructurales», mientras que los «eventuales no estructurales» se quedarían en precario.

CSIF calcula que en el SAS trabajan unos 12.000 eventuales, de los que unos 8.500 son estructurales y el resto, no estructurales. Los primeros están ocupando plazas vacantes, jubilaciones, incapacidades y pueden llevar 10 y 12 años con este tipo de contratos.

Los 3.500 no estructurales también pueden llevar dos, tres y cua-

tro años encadenando contratos temporales, renovando mes a mes, entrando y saliendo del SAS, pero sin ocupar plazas vacantes, precisó a EL MUNDO el presidente del sector de Sanidad de CSIF en Andalucía, Javier Martínez.

Los 12.000 eventuales han permanecido dos años con los salarios al 75%. Los 8.500 eventuales estructurales empezaron a cobrar sus salarios al 100% el pasado marzo, el mes de las elecciones autonómicas del día 22.

Desde entonces, los sindicatos no han dejado de reclamar a la Administración andaluza que pusiera fin a esta discriminación, contrataría también a los no estructurales al 100% y diera así cumplimiento a la promesa inicial de Susana Díaz.

La Junta ha esperado a que pasen las elecciones municipales del pasado domingo para informar a

los sindicatos de que las renovaciones de los 1.650 eventuales no estructurales cuyos contratos finalizan el próximo 31 de mayo iban a ser al 75% del sueldo y jornada.

Fue precisamente ayer, dos días

## CSIF pide a Susana Díaz que cumpla su compromiso y los contrate al 100%

después de los comicios, cuando el SAS informó a los sindicatos durante una mesa técnica de las renovaciones en precario, «sin negociación previa ni comunicación, sino mediante la imposición y el anuncio de hechos consumados», denunció CSIF.

Los compromisos adquiridos por la Junta, que señalaban que a partir del primer trimestre de 2015 no volverían a repetirse las contrataciones al 75%, han pasado ya al próximo mes de noviembre, alertó CSIF, «acentuando el grave déficit que sufre la sanidad andaluza y atacando de nuevo el servicio que los ciudadanos reciben y que sólo se ha mantenido por la dedicación, la profesionalidad y el esfuerzo de los profesionales sanitarios andaluces».

Además de las renovaciones precarias de 1.650 profesionales, el SAS anunció ayer que todas las contrataciones de verano correspondientes al plan de vacaciones también serán al 75% de la jornada, lo que provocará, a juicio de CSIF-A, un «colapso aún mayor» al que sufren los centros sanitarios y los hospitales andaluces.

Para CSIF-A, estas contrataciones al 75% son «una temeridad», dado el grave déficit de personal que sufre el SAS, unido a una «falta de compromiso tanto de los responsables del SAS como de la consejera de Salud y de la presidenta de la Junta de Andalucía, que prometieron por activa y por pasiva que las contrataciones al 75% no volverían a repetirse».



JUNTA DE ANDALUCÍA

**CONSEJERO EN FUNCIONES EN BRUSELAS.** El consejero en funciones de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, José Sánchez Maldonado, participó ayer en la presentación de la Plataforma de Especialización de Energía Inteligente de la Comisión Europea, en Bruselas. Andalucía es una de las regiones invitadas a participar porque se ha alineado con las políticas de eficiencia energética y competitividad de la Unión Europea (UE).

## Las becas del B1 se darán según la renta

Sólo tendrán derecho a la gratuidad quienes reúnan los requisitos económicos de las ayudas del MEC

**TERESA LÓPEZ PAVÓN SEVILLA**  
Ha sido uno de los argumentos de la campaña de Susana Díaz. La Junta de Andalucía tiene intención de aprobar en las próximas semanas el decreto para la creación de una nueva beca que permita a los universitarios hacer el examen de Inglés B1 sin coste alguno. Pero

esa ayuda no será universal sino que tendrá sus limitaciones.

Según el borrador de ese decreto presentado a los rectores, sólo tendrán acceso a esa exención de tasas los alumnos que reúnan los requisitos económicos para la obtención de las becas del Ministerio de Educación, con independencia

de que hayan conseguido o no esa beca.

Es decir, quienes superen los niveles de renta máximos que fija el Ministerio para la obtención de las becas del régimen general tendrán que seguir pagando para la obtención del B1 (algo menos de 60 euros), el nivel de inglés mínimo exi-

gido para obtener cualquier tipo de titulación universitaria. No está previsto que se imponga ningún requisito de tipo académico.

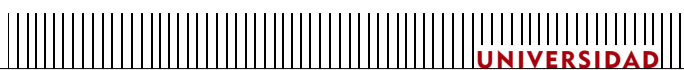
El director general de Universidades de la Junta, Manuel Torralbo, ha confirmado que la renta familiar es un condicionante para obtener esa nueva ayuda al estudio.

Al menos así se establece en el borrador del decreto, aunque el propio director general ha informado también de que aún el texto no es definitivo y, por tanto, podría ser objeto de modificaciones antes de su aprobación, que se prevé para principios de este mes de junio. La Junta de Andalucía habilitará un presupuesto de cuatro millones de euros para esas ayudas.

La tramitación de esta beca no tiene por qué verse afectada, por tanto, por el hecho de que el actual gobierno de Susana Díaz se encuentre en funciones, tras tres intentos fallidos de la candidata socialista de recibir el apoyo del Parlamento andaluz para su investidura. Así parece que lo asume el propio Torralbo, aunque Díaz ha insinuado en las últimas semanas que «la parálisis institucional» pone en riesgo algunas medidas anunciadas por su gobierno, entre ellas este nuevo plan de becas.

La misma restricción de renta se aplicará para el fraccionamiento de los pagos de las matrículas, que se amplía a diez plazos siempre que el alumno no supere los niveles de renta establecidos.

Además, el gobierno de la Junta se habría comprometido también con las universidades a rebajar el precio de los másteres en aquellas titulaciones vinculadas a profesiones reguladas, o sea que exigen el máster para el desempeño de la profesión, como es el caso de la abogacía, la docencia o las ingenierías. Para estos casos, el precio de los másteres se equiparará al de los grados, según adelantó ayer el rector de la Universidad de Sevilla, Antonio Ramírez de Arellano.



COMUNICACIÓN 2.0

# JUEGO DE REDES

VIENE DE PÁGINA 1

En términos empresariales, la competencia está servida. La oferta de titulaciones se ha disparado en los últimos años, para una demanda que no crece con la misma fuerza. Un alumno puede estudiar, por ejemplo, Administración y Dirección de Empresas en 23 centros sólo en la Comunidad de Madrid. Las aulas ya no se llenan y captar nuevos alumnos es vital para mantener la financiación, tanto en el sector público como el privado.

«El 100% del *target* universitario está metido hasta las orejas en las redes sociales, así que estar ahí es un paso que hay que dar, sí o sí». No puede ser más gráfica la explicación de José Manuel Mas, director del Departamento de Dirección de Empresas de ESIC, y gran conocedor del entorno 2.0.

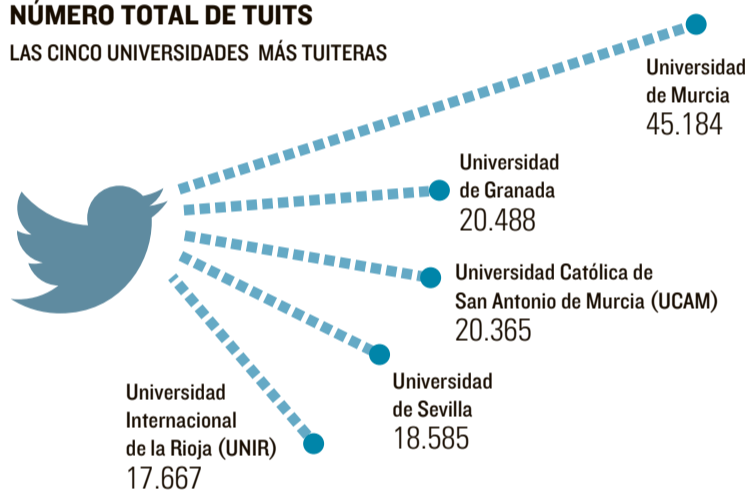
Primer paso, pues, estar. Y en Facebook están todos los centros, sin excepción. No así en Twitter, donde la única que no tiene una cuenta corporativa centralizada es la Universidad de Lleida, aunque está «en ello». «Preferimos segmentar al máximo nuestra presencia en esta red social con media docena de perfiles muy específicos, gestionados por una persona diferente en cada área», explica su director de comunicación, Xavier Moncayo.

Sin embargo, con la presencia

**LAS UNIVERSIDADES MÁS INFLUYENTES EN LAS REDES SOCIALES**

**NÚMERO TOTAL DE TUIITS**

**LAS CINCO UNIVERSIDADES MÁS TUITERAS**

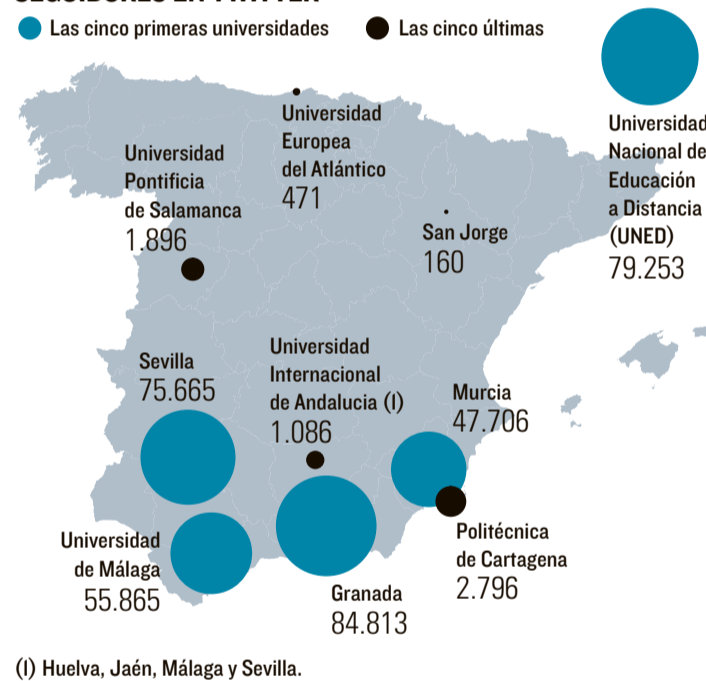


**UNIVERSIDADES MENOS TUITERAS**



**SEGUIDORES EN TWITTER**

● Las cinco primeras universidades ● Las cinco últimas



(I) Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla.

FUENTE: Elaboración propia, Klout, Twitter Audit.

versidad de Granada (UGR), con casi 85.000 seguidores, casi el doble de la media española. Se trata también del único campus en el que sus cuentas sociales no dependen del gabinete de comunicación, sino de una consultora,

grados precipitó el desembarco de la UGR en Twitter y Facebook. Con la «orientación al cliente» por bandera, del Barrio apuesta por la controvertida estrategia *follow to follow* para fomentar la interacción con los es-

En la guerra por cazar seguidores, ni siquiera las universidades están libres de sospecha. Un paso por la recurrida herramienta *on line* Twitter Audit revela que los centros tienen un 40% de seguidores inactivos. En algunos, como la Universidad de Alicante, el porcentaje se eleva incluso a más de la mitad de su audiencia. De ahí que la difusión real de los mensajes no dependa tanto de que el público sea mayor o menor, sino de la motivación de quienes los reciben.

Mariluz Congosto, investigadora del Departamento de Telemática de la Universidad Carlos III de Madrid, apuesta por medir la difusión con un instrumento de lo más universitario: el Índice H. Este parámetro, utilizado para determinar la calidad profesional de los investigadores en función de las citas que han recibido sus artículos científicos, se puede

aplicar también a Twitter, para calcular la propagación de la información lanzada desde un determinado perfil.

Las universidades, a priori, no parecen grandes *influencers*, con unos índices H en torno al 20 (el Ministerio de Empleo tiene un 70) y un dominio notable de las públicas sobre las privadas. Sin embargo, dos casos llaman la atención: la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y la Universidad de Navarra (UNAV), con un índice 41.

La personalidad digital de la UCM es obra de Margot Almazán desde hace cuatro años. Su primera labor fue, precisamente, la de centralizar la información institucional en una cuenta. «Existían muchísimos perfiles que lanzaban mensajes en nombre de la universidad, y eso generaba mucho ruido, mucha confusión», recuerda. Por eso, hoy numerosos departamentos cuentan con una identidad social

**Mientras Facebook es más efectivo para los futuros alumnos, sobre todo los latinoamericanos, Twitter se basa en la conversación directa con la comunidad universitaria**

no basta. Además, hay que llegar al público. Twitter se perfila como la red líder en influencia y, en esto, cada maestrillo tiene su librillo.

Los centros andaluces aglutinan el mayor número de seguidores en la plataforma del pájaro Larry, y a la cabeza se sitúa la Uni-

fundada por dos ex alumnas de la institución bajo la supervisión de Salvador del Barrio, profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.

Él es también el responsable de la estrategia digital desde que, en 2010, la llegada de los nuevos

tudiantes, que componen el grueso de su público. «Lo que busco como Universidad es tener a todos los alumnos en mis redes sociales y dialogar con ellos. Hemos establecido que el plazo de respuesta debe ser inferior a 24 horas», explica.

# Granada, Sevilla y la UNED son las que cuentan con mayor número de seguidores, mientras que la Complutense, Navarra, Barcelona y Alcalá gestionan las cuentas más influyentes

cación *on line*. Tiene ya 71 cuentas interconectadas y orientadas, fundamentalmente, a «generar conversación», en palabras del responsable de toda la estructura, Iñaki de Lorenzo.

## MÁS ALLÁ DE TWITTER

Pero no sólo de Twitter vive la red, y si hay dos redes juveniles por antonomasia, éstas son Facebook e Instagram. La interacción, en estos casos, es menor, y el mensaje más reposado. «La estrategia es la misma en todas las redes, pero la expresión ha de ser diferente, más humana», afirma Jordi Sopena, director de comunicación de la Universidad de Barcelona (UB).

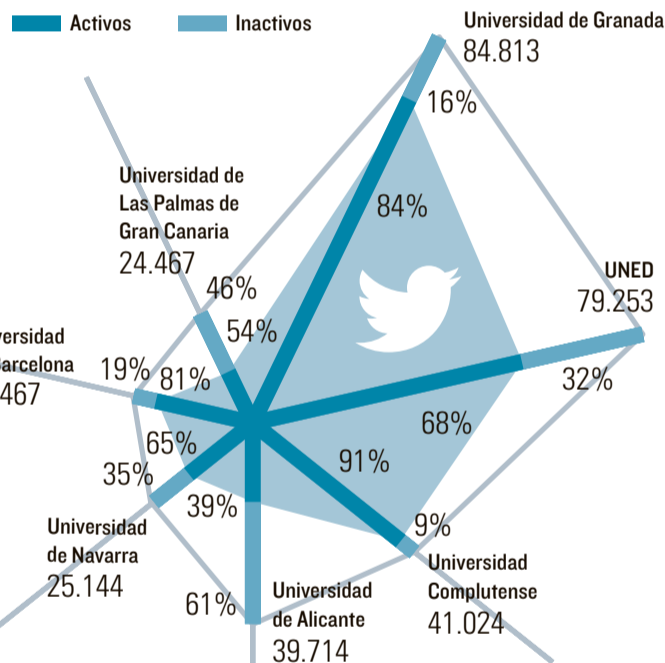
La institución catalana es líder indiscutible en impacto en redes sociales en la España universitaria. Su índice Klout, el baremo más extendido para medir la influencia de una persona o una marca en redes sociales. Klout analiza más de 400 parámetros distintos de las 7 redes más importantes y asigna una puntuación entre 1 y 100 a los usuarios. La UB alcanza un 75, mientras que la media general se queda en 63. Sirva para comparar el caso del Ministerio de Educación, con un 64, o el de Empleo, con un 65.

«Facebook es más útil para comunicarse con futuros alumnos, sobre todo para quienes vienen de Latinoamérica», asegura Iñaki de Lorenzo, una circunstancia que se repite en todos los centros. Instagram, sin embargo, es la gran asignatura pendiente en los campus españoles. Sólo 27 de los 78 centros universitarios tienen cuenta en la aplicación fotográfica por antonomasia.

Hace un tiempo, el equipo de la Unav realizó un experimento: «Enviamos correos electrónicos a todos los estudiantes solicitando que respondieran a una encuesta. De cada 100, sólo respondieron cinco. Probamos a proponer lo mismo a través de redes sociales y contestaron el triple», recuerda De Lorenzo.

El futuro, en la Universidad, pasa por un nuevo lenguaje, más cercano y directo. «Hay que buscar al público donde esté. Si hay que comunicarse por Whatsapp, tendremos que hacerlo».

## SEGUIDORES ACTIVOS E INACTIVOS



## 'ME GUSTA' EN FACEBOOK



### PERFILES MÁS SEGUIDOS

UNED	85.716
Univ. de Barcelona	61.074
Univ. Europea (I)	56.086
Univ. de Granada	50.256
Autónoma Madrid	49.297

(I) Madrid, Comunidad Valenciana y Canarias

### PERFILES MENOS SEGUIDOS

Universidad Pontificia de Salamanca	299
Universidad de Burgos	621
Universidad Europea Miguel de Cervantes	1.007
Univ. Internacional Menéndez Pelayo (UIMP)	1.279
Universidad Europea del Atlántico	1.327

## ÍNDICE KLOUT

Universidades con mayor impacto en redes sociales



Dina Sánchez/ EL MUNDO

propia, pero siempre como *satélites* de la corporativa. La clave del éxito, para Almazán, es el lenguaje: «Los mensajes tienen que transmitir interés, despertar emociones. Hay que evitar lo frío y anodino, tener un poco de gracia», dice.

José Manuel Mas reconoce que el reto, en los centros con más estudiantes, es «enorme, aunque fantástico», pero apunta a que el siguiente paso es dejar de pensar en el campus «como en una empresa» y bajar hasta niveles co-

municativos más próximos al estudiante, llegar incluso hasta el profesor. «El Ministerio de Educación ha llegado a proponer una mejora de las competencias digitales de los docentes, y el futuro pasa por integrar completamente

la formación en este entorno», asevera Mas.

La Unav ya ha iniciado un proceso de acercamiento al alumno, y cuenta con un director de desarrollo en cada facultad, que coordina toda la gestión de la comuni-

CA2M

CA2M  
Centro de Arte Dos de Mayo

Av. Constitución 23 Tel. 91 276 02 21  
28931 Móstoles Madrid www.ca2m.org

De martes a domingo Cercanías C5 Móstoles  
11:00 a 21:00 h. Metro L12 Pradillo

Entrada gratuita al centro y a todas sus actividades

CA2M  
Centro de Arte Dos de Mayo  
Comunidad de Madrid

ESPACIOS PARA EL ARTE  
ARTE  
CONTEMPORÁNEO  
COMUNIDAD DE MADRID

Con el apoyo de:  
el Duende

4 JUN - 16 JUL  
PICNIC SESSIONS  
TODOS LOS JUEVES  
A LAS 21h



are you talking to me?

4 JUN  
ANTONI MENDO / RICARDO HERNANDEZ /  
RYAN RIVARENEIRA

11 JUN  
JONATHAN BURROWS / NED  
FARRON / ÚRSULA MARTÍNEZ

18 JUN  
ANGELA SEGURA /  
FELIX PEREIRA

25 JUN  
JORGE BUIOR / YONLEN  
MONT DE ALBA / JARA  
MILANTE Y MARCOS JIMÉ

2 JUL  
RUBÉN GÓMEZ DE  
LARGUELLA / LINA LAPORTE

9 JUL  
LUZ BROTONS / CIRCUMSTANCE /  
COOKING SECTIONS

16 JUL  
LAS LINDAS FORBES / MARIUETA /  
BLOOD SPORT / JOHN GAVY

Imagen Antoni Hervás