

Andalucía

elEconomista.es

SUPERÁVIT DE 2.100 MILLONES EN LAS EXPORTACIONES, A PESAR DE LA PANDEMIA

El sector agroalimentario bate
récords y palia la caída del
15% en las ventas al exterior

ACTUALIDAD

**UNICAJA Y LIBERBANK
AVANZAN EN SU FUSIÓN**





En Portada | P4

El sector agroalimentario salva las exportaciones durante la pandemia

El comercio exterior andaluz ha caído un 15% en los primeros 8 meses de año, pero la región ha logrado un superávit comercial de más de 2.000 millones de euros.



Entrevista | P8

Rogelio Velasco, consejero de Transformación Económica

“Para alcanzar la recuperación económica debemos centrar nuestros esfuerzos en reducir los contagios”.



Actualidad | P14

Unicaja y Liberbank avanzan hacia su fusión

Los Consejos de Administración se han dado un mes para cerrar la operación que daría lugar al quinto banco más importante del país.



Actualidad | P16

Coca-Cola pone en marcha el ERE para cerrar su planta de Málaga

La multinacional concentrará toda la producción en la fábrica de Sevilla, una operación que afecta a 70 empleados fijos y a 100 temporales.

Agricultura | P28

La cosecha de mango cae hasta las 18.000 toneladas

A pesar de la caída en la producción, el precio se ha incrementado y la campaña generará unos ingresos de 25 millones de euros.

Innovación | P26

Cosentino invierte 12 millones en la versión sostenible de 'Silestone'

La compañía almeriense ha lanzado una nueva línea de su producto estrella basada en la tecnología sostenible y el reciclaje.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña Vicepresidente: Raúl Beyruti Sánchez

Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez Director de Marca y Eventos: Juan Carlos Serrano

Director de elEconomista: Amador G. Ayora

Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo Directora de elEconomista Andalucía: Marta Ramos

Diseño: Pedro Vicente y Cristina Fernández Fotografía: Pepo García Infografía: Clemente Ortega



El complicado equilibrio entre la salud y la economía

En la primera ola de la pandemia Andalucía tuvo una incidencia de contagios menor que otras comunidades, sin embargo, las consecuencias económicas han sido devastadoras. Tras un verano de cierta estabilización, con la llegada del otoño y la segunda ola las cifras han vuelto a crecer, obligando incluso a confinar a algunos municipios.

Medidas drásticas para contener el virus que amenazan con fuerza a la economía. Mientras la sombra del toque de queda planea por todo el país, los empresarios ruegan ayudas reales que logren paliar esta complicada situación que comenzó hace más de siete meses y que no parece tener una solución cercana.

La alta tasa de paro, la fuerte dependencia del turismo o el recién publicado índice de pobreza son algunos de los parámetros que sitúan a Andalucía en desventaja con respecto a otras comunidades en lo que se refiere a recuperación económica. La hostelería y el turismo atraviesan el momento más complicado de su historia reciente, especialmente en los lugares que dependen de los viajeros internacionales. El resto de sectores, cada uno en su medida, también sufre las consecuencias de una crisis sanitaria que derivó en económica y para la que ningún gobierno parece tener solución.

En cifras objetivas, las previsiones de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, apuntan a una caída del PIB para este año que rondará el -10,4% y los expertos estiman que la recuperación parcial comenzaría en 2021. Datos complejos y periodos que se alargan cada vez más para un tejido empresarial duramente azotado ya.

Ya lo advertían desde el ámbito sanitario y ahora parece que también desde el económico: mientras no se controlen los contagios, las hospitalizaciones y las muertes, no se podrá hablar de recuperación económica. La ecuación es compleja, pues mientras no exista una vacuna la única forma de bajar el número de casos es reduciendo las salidas y evitando los contactos sociales, lo que evidentemente repercute en sectores como la restauración, el ocio, el comercio o la cultura. La economía andaluza se mueve y avanza si estamos en la calle y eso es precisamente lo que tenemos que evitar para frenar al virus.

Una dura situación a la que de un día para otro se han tenido que adaptar desde los más pequeños que a su material escolar han unido con responsabilidad la mascarilla, hasta los más mayores que al miedo al contagio suman la soledad que conlleva evitarlo. Un esfuerzo de ciudadanos y empresas que exige un compromiso y responsabilidad política a la altura, para lograr entre todos superar esta crisis sanitaria, económica y social.

■
Andalucía se enfrenta a la segunda ola de la pandemia sin haber podido recuperarse de los estragos de la primera

■

El sector agroalimentario salva las exportaciones durante la pandemia

A pesar de la caída del 15.8% en las ventas al exterior, Andalucía ha registrado un superavit de 2.097 millones de euros en la balanza comercial durante los primeros 8 meses de 2020.

Marta Ramos



Andalucía

elEconomista.es

Andalucía sigue analizando y recuperándose de las consecuencias que está provocando en la economía la pandemia de la Covid-19. Con fronteras cerradas y países parados al completo durante los meses más duros, el comercio exterior andaluz, que el año pasado generó ventas por valor 31.738 millones de euros, también se ha visto resentido. En concreto, las exportaciones alcanzaron en los primeros ocho meses del año los 18.385 millones de euros, lo que supone un descenso del 15,8% respecto al mismo periodo de 2019, una caída que se ha visto amortiguada por las ventas al exterior del sector agroalimentario, donde Andalucía ha batido un nuevo récord con más de 7.200 millones de euros de facturación hasta julio.

“Andalucía ha contado con la fortaleza de ser una de las comunidades con el complejo agroalimentario más desarrollado de nuestro país, que demuestra su liderazgo en los mercados europeos e incluso está presentando sus mayores crecimientos fuera de Europa, lo que es muy positivo para su diversificación. De esta forma, el sector no solo no ha paralizado su actividad, sino que incluso ha incrementado su nivel de producción y demostrado la capacidad que tiene de abastecer al mercado nacional y europeo en momentos de máxima dificultad como los vividos durante el confinamiento”, ha comentado a *elEconomista Andalucía* Arturo Bernal, consejero delegado de Extenda.

A pesar de la caída, El sector exportador andaluz generó entre enero y agosto de 2020 un superávit comercial de 2.097 millones de euros, resultado de la diferencia entre los 18.385 millones que exportó a los distintos mercados internacionales y los 16.288 millones que importó. Este superávit de la balanza comercial con el exterior de Andalucía contrasta con el déficit que mantiene España en su conjunto, que entre enero y agosto asciende a 9.615 millones de euros, y supone una tasa de cobertura andaluza del 112,9%, 18,4 puntos por encima de la española, que se sitúa en el 94,5%.

El número de empresas exportadoras regulares, es decir las que llevan más de cuatro años vendiendo sus productos fuera de España, alcanzó durante los primeros meses del año un total de 5.473,, solo un 0,4% menos que el año pasado. Esta cifra es de especial trascendencia, ya que, estas compañías suponen el 95% de las exportaciones andaluzas y suponen el 10,7% de todas las firma regulares de España (51.370).

El agroalimentario es el que está demostrando mayor dinamismo hacia el exterior en este complicado 2020, logrando incluso paliar las caídas de otros sectores. Las legumbres y las hortalizas son los productos más exportados y los que más crecen, con un aumento de las ventas del 5,2% hasta alcanzar los 2.253 millones de euros. Por detrás se sitúan las



Andalucía lidera las exportaciones de frutas.
Alex Zea



El sector agroalimentario bate récords.
Alex Zea

Andalucía

elEconomista.es

frutas, con un crecimiento del 2,5% y unas ventas de 2.138 millones de euros.

El resto de sectores presentan bajadas en sus ventas, de forma que el de combustibles y los aceites minerales se encuentran en tercera posición con 1.976 millones y un descenso del 39%; debido a la fuerte caída del precio internacional del petróleo. El de grasas y aceites es el siguiente capítulo exportado, que baja un 5,9% hasta los 1.676 millones, de los que 1.473 millones corresponden a aceite de oliva, cuyas ventas disminuyen un 9,1%, debido a la crisis de precios del sector, ya que sus exportaciones en toneladas sí crecen un 2,8%, hasta las 620.000.

Junto a ellos, también incrementa sus ventas el capítulo de cobre y sus manufacturas (séptimo exportado), con un 1,8% más hasta los 771 millones (4,2%), que recupera su tono después de varios meses de bajada inducida por la ralentización de la actividad industrial mundial. Sin embargo, varios de los principales capítulos que Andalucía vende al exterior continúan acusando el impacto que la crisis provocada por la pandemia está generando en su demanda y precio en los mercados internacionales. De esta forma, el de combustibles y aceites minerales se encuentra en tercera posición con 1.976 millones (10,8%) y un descenso del 39%; el de minerales, escorias y cenizas, con 643 millones (3,5%), presenta un 52% menos; el de fundición, hierro y acero, con 601 millones (3,3%), baja un 15,9%. También el de aparatos y material eléctricos, con 874 millones (4,8%), vende un 10,9% menos.

La afectación de la pandemia está teniendo especial significación en la industria aeronáutica, debido al aplazamiento de pedidos de las aerolíneas que se está produciendo consecuencia de la restricción de movimientos internacionales. De ahí la bajada del 45% de las exportaciones de este capítulo de las exportaciones andaluzas, que se sitúan en 1.051 millones hasta agosto.

“La crisis del Covid-19 viene a recordarnos, a Extenda y al tejido empresarial andaluz, que la apuesta por el comercio exterior debe ser un trabajo estructural, alejado de situaciones coyunturales o eventuales. De esta forma, se consigue diversificar las exportaciones e incrementar la base exportadora,



Seis provincias presentan superávit comercial.
Fernando Ruso

con nuevas empresas y, sobre todo, con más exportadoras regulares. Ya se evidenció durante la anterior crisis, en el año 2008, cuando el comercio exterior sirvió como motor de recuperación y cuando las empresas exportadoras consiguieron sortear las dificultades con mayor rapidez. La internacionalización es sinónimo de competitividad, innovación y generación de empleo de calidad”, ha advertido el consejero delegado de Extenda.

El efecto de la pandemia en el comercio internacional ha provocado descensos en las exportaciones de cinco de las ocho provincias andaluzas. Aun así, seis de ellas arrojan superávit comercial, todas salvo Cádiz y Huelva, cuyas balanzas comerciales están condicionadas por las importaciones energéticas





Las exportaciones andaluzas a Suiza crecen un 35%. Alex Zea

que entran por sus puertos para abastecer a Andalucía y buena parte de España.

Por otro lado, en los primeros ocho meses del año Sevilla se erige primera exportadora, con 3.987 millones, el 21,7% del total, a pesar de que desciende un 18,2% interanual, fundamentalmente por la bajada en la cadencia de producción de la industria aeronáutica y el bajo precio del aceite de oliva.

En cuanto al comportamiento de los países de destino, el fuerte impacto de la pandemia en el comercio mundial hasta agosto ha afectado a las ventas de Andalucía en sus principales destinos internacionales en este periodo, a excepción de tres países europeos: Países Bajos, Suecia y Suiza; y uno norteamericano: Canadá, hacia los que la comunidad incrementó sus ventas de manera significativa. Países Bajos creció un 17,1% hasta los 927 millones, el 5% del total; mientras que Suecia, aumentó un 20,7% hasta los 193 millones; seguido por Suiza, el destino que más se incrementó con un alza del 35% hasta los 183 millones.

En contraposición, las ventas cayeron un 11,2% en Alemania, el principal mercado exterior de Andalucía, y a distintos niveles también han ido descendiendo en otros destinos como Francia, Italia, Portugal, Reino Unido, EEUU, Marruecos y China.

Una bajada de la que Andalucía tardará más de un año en recuperarse. "Tras los meses más duros de

paralización de la economía y aunque las cifras aún quedan lejanas a las que se registraban en los meses anteriores a la aparición del Covid-19, según las previsiones que maneja la Unidad de Inteligencia de Mercados de Extenda, no será antes de finales de 2021 cuando se recuperen los registros que la comunidad mantenía en años anteriores", ha advertido Bernal.

1.400

Empresas pretende incorporar Extenda a la Red Andalucía para impulsar el comercio exterior

Una crisis sanitaria que se ha convertido ya en económica, donde jugarán un papel destacado las empresas que ya contaban con procesos de internacionalización. "Tenemos la certeza de que la demanda en los mercados internacionales se recuperará antes que la del mercado nacional, así las empresas que apuesten por la internacionalización tendrán muchas más posibilidades de salir antes de la crisis que las que lo fíen todo al mercado interno, ha destacado. Ese precisamente es el reto de la Red Andalucía de Extenda, que pretende incorporar más de 1.400 empresas en su primer año de funcionamiento con el objetivo de acercarlas al comercio exterior, para tratar de paliar los efectos de la crisis.

ROGELIO VELASCO

Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía



“Para alcanzar la recuperación económica debemos centrar nuestros esfuerzos en reducir los contagios”

La Junta de Andalucía centra estos meses sus esfuerzos en la compleja tarea de compatibilizar la economía y la salud. El otoño ha traído un notable aumento de contagios de Covid-19 a la región, que aún trataba de recomponerse de las consecuencias de la primera ola de la pandemia.

Por Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso

Tras más de siete meses de pandemia, ¿cuáles están siendo las principales consecuencias del Covid-19 en la economía andaluza, además del desempleo que volvió a la cifra del millón de parados?

La situación de emergencia sanitaria que vivimos desde el pasado mes de marzo ha generado un enorme impacto en la economía internacional, nacional y andaluza. La crisis ha llegado, además, en un momento en el que

trabajábamos intensamente en nuestra comunidad por lograr mayor convergencia con la media española y europea.

La estructura de nuestro sistema productivo nos posiciona con desventaja, debido, principalmente, a la elevada tasa de paro, a la alta dependencia de sectores como el turismo y los servicios o al menor número de empresas en relación con la población. A ello

se une la reducida capitalización de la economía regional. La crisis ha hecho que, desde el Gobierno andaluz, tengamos que intensificar al máximo los esfuerzos para articular medidas de apoyo.

La Administración de la Junta de Andalucía ha ido adoptando diversas medidas sanitarias, económicas y presupuestarias, fiscales y financieras, procedimentales y de intendencia general, con el fin de paliar los efectos desfavorables de esta situación de crisis. Pero sigue siendo necesario implementar con carácter urgente medidas que permitan paliar el impacto, que será, como prevén todos los organismos de análisis, histórico.

Las estimaciones apuntan a una caída del PIB de más del 12% este año. ¿Cuánto tardará la región en recuperarse?

Para que la recuperación se produzca, debemos concentrar nuestros esfuerzos en minimizar el número de contagiados, porque es

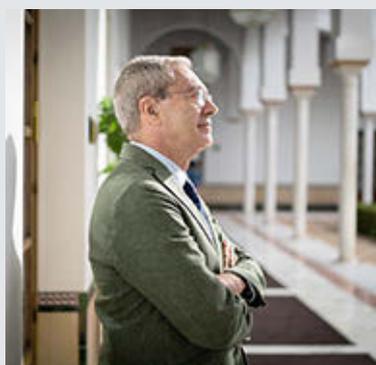
de los principales organismos internacionales para el próximo ejercicio y que se pueda crecer a un ritmo del 7% en Andalucía. No obstante, se trata de previsiones sujetas a fuertes dosis de incertidumbre.

La deuda de Andalucía se incrementó en 239 millones de euros en el segundo trimestre de este año y el consejero de Hacienda hablaba de que se tardarían 10 años en pagarla. ¿Cómo afectará esto a la economía de la región?

Si se considera el nivel de endeudamiento público en relación con el PIB o a la población, Andalucía presenta ratios muy inferiores a la media. En porcentaje del PIB, la deuda pública regional representa el 22,7%, frente a un 26,1% en el conjunto de las comunidades. Es decir, un ratio de endeudamiento público 3,4 puntos inferior. De igual forma, en términos per cápita, el nivel de endeudamiento público en Andalucía es de 4.186 euros, frente a 6.459 euros de media en el

“Hay una correlación negativa entre el número de fallecidos y las cifras económicas”

“Andalucía sufre un problema de pobreza que no se ha resuelto en 37 años de Gobierno Socialista”



esto lo que hace bajar el coste económico y, por consiguiente, la recesión. Existe una clara correlación negativa entre el volumen de fallecidos y los datos económicos: cuanto mayores sean los primeros, más altos serán los costes sanitarios y más restrictivas las medidas de confinamiento con efectos demoledores sobre nuestras actividades productivas.

Gran parte de nuestra economía depende de la actividad social, la antítesis de lo necesario para evitar esa propagación. Todos los organismos nacionales e internacionales pronostican un fuerte impacto económico en 2020 y una recuperación parcial en 2021. Las previsiones de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, apuntan a una caída del PIB para este año que rondará el -10,4%. Confiamos en que se cumplan las previsiones

conjunto de las CCAA (con un ratio de endeudamiento público per cápita un 35% inferior). Es fácil concluir, por ello, que contamos con un mayor margen de endeudamiento sin que ello tenga un efecto significativamente adverso sobre la economía regional.

Este mes el Informe de la Red Andaluza contra la Pobreza ha dejado cifras muy negativas para Andalucía, con una tasa de exclusión de más del 14%, la más alta de las comunidades. Eso era antes de la pandemia, ¿cómo va afectar la crisis sanitaria y económica a esta situación?

Andalucía sufre un problema de pobreza estructural que no se ha resuelto después de 37 años de Gobierno socialista. Para este Gobierno es una prioridad combatirlo. Considero estratégico actuar, en primer lugar, desde el ámbito educativo. Debemos reducir el fracaso escolar. Debemos, como esta-

mos haciendo, fomentar la inserción laboral de las personas vulnerables, en riesgo de exclusión. La regulación que la Junta de Andalucía está haciendo sobre la Renta Mínima va en ese sentido. Como sabe, el Ingreso Mínimo Vital del Gobierno central solo contempla la prestación, mientras que en Andalucía consideramos esencial complementarlo con un plan de inserción sociolaboral.

¿Qué nos puede adelantar de los esperados primeros presupuestos tras la Covid?

El Gobierno de Andalucía va a presentar un Presupuesto responsable y riguroso para no comprometer la estabilidad financiera futura de la Comunidad Autónoma. La suspensión de las reglas fiscales para poder abordar la crisis de la Covid-19 no puede suponer en ningún caso malgastar el dinero público, todo lo contrario, ahora más que nunca hay que buscar la eficacia y la eficiencia en el gasto público.

cate del Turismo a Bruselas ni ha accedido a bajar el IVA turístico, como sí ha ocurrido en otros países.

Madrid en estado de alarma, Cataluña cerrando bares y restaurantes. ¿Qué le parece todo esto? ¿Resistiría la economía andaluza otro confinamiento?

No podemos perder nunca de vista que esta crisis tiene un origen sanitario. Si no se solventa el problema sanitario nunca resolveremos el problema económico en que ha derivado. Por ello, en estos momentos, en los que hay que buscar el control de pandemia, las actuaciones sanitarias deben primar por encima de todo.

Esto no quita que aquellos sectores que se están viendo más afectados por las medidas de distanciamiento social que se están acometiendo, deben tener un marco de actuación preferente por parte de todas las Administraciones Públicas. En eso estamos tra-

“La Junta está haciendo los deberes en materia turística, pero el Gobierno central no ha pedido un rescate a Bruselal”

“Es importante que la fusión Unicaja-Liberbank respete los derechos de la plantilla andaluza”



Par el año 2021 vamos a disponer de un déficit del 2,2% del PIB. Esto va a tener un impacto muy importante en la economía andaluza, que lo estimamos en torno a 2,5 puntos de PIB y la generación de unos 80.000 empleos.

La Hostelería y el Turismo están siendo los grandes damnificados por la pandemia en Andalucía, los empresarios piden ayuda y soluciones, que parece que no llegan de ninguna administración. ¿Qué se está haciendo para paliar la situación?

El Gobierno andaluz, a través de la Consejería de Turismo, ha elaborado un Plan de Choque que tendrá un impacto estimado en el sector de 243 millones. Andalucía está haciendo los deberes en materia turística. De ello depende buena parte de nuestra economía. Pero no hemos de perder de vista que el Gobierno central no ha pedido plan de res-

bajando desde el primer momento, con ayudas e incentivos a pymes comerciales, industriales, etcétera.

Hablando ahora del sector financiero, ¿qué le parece que la andaluza Unicaja y Liberbank hayan retomado las negociaciones para su fusión?

Las fusiones bancarias que mejoren la dimensión, produzcan mayor eficiencia, y al mismo tiempo no comprometan la competencia y garanticen la estabilidad financiera, siempre son una buena noticia. Unicaja siempre ha sido una entidad emblemática en Andalucía, y es la séptima entidad financiera en España por volumen de activos. Desde el Gobierno de Andalucía consideramos como una posible oportunidad estratégica los contactos encaminados a iniciar un proceso de fusión con Liberbank. Es importante que, si prospera, la entidad

resultante garantice los derechos de las plantillas en Andalucía.

Y si hablamos de empresas, uno de los principales asuntos es el rescate de Abengoa. La empresa vuelve a insistir a la Junta para que participe en su rescate. ¿Se siguen negando a prestar apoyo a la compañía? ¿Por qué?

No es una negativa sin argumentos. La Junta, a día de hoy, no ha encontrado el sustento legal para otorgar a esta empresa ningún instrumento financiero que contribuya a superar su actual situación.

¿Qué supondría la quiebra de Abengoa en Andalucía?

Abengoa llegó a ser el buque insignia de la ingeniería andaluza, una empresa innovadora, internacionalizada, con una enorme capacidad de contratación de trabajadores altamente cualificados. Abengoa llegó a ser la gran empresa tractora de Andalucía. Lamen-

te actividad, sino de una operación de centralización de actividad. Considero que movimientos empresariales como éste no restan a Andalucía capacidad para atraer inversiones, proyectos basados en industria y tecnología, generadores de empleo estable y de calidad.

En el ámbito universitario, ¿qué papel están jugando las universidades andaluzas en esta crisis sanitaria?, ¿qué están aportando a la investigación y la innovación?

La actual crisis sanitaria provocada por el Covid-19, y su efecto devastador sobre la economía, ha puesto de manifiesto que la inversión en I+D+i es esencial para garantizar el bienestar, el progreso y el desarrollo de la sociedad. Desde el primer momento en que se decretó la emergencia sanitaria por el Covid-19, desde esta Consejería se han desarrollado actuaciones encaminadas a la búsqueda de soluciones ante las necesidades urgentes originadas por el coronavirus,

“No hemos encontrado sustento legal para otorgar a Abengoa ningún instrumento financiero que contribuya a su recuperación”

“La operación de concentración de Coca-Cola no resta a Andalucía capacidad para captar inversiones”



tablemente, su gestión no ha estado a la altura de las circunstancias. Su nivel de endeudamiento ha llevado a la compañía a una situación límite, que arrastra desde hace años ya. La quiebra de cualquier empresa supone, sobre todo, la pérdida de puestos de trabajo. Esa es, ahora mismo, mi mayor preocupación con respecto a esta compañía.

En el ámbito empresarial, una de las malas noticias este mes ha llegado desde Málaga con el cierre de la planta embotelladora de Coca-Cola tras más de 60 años de actividad. ¿Qué le parece esto?

Desde la Consejería, a través de la Delegación Territorial de Málaga, hemos seguido de cerca los acontecimientos, aún se está negociando con los trabajadores. La compañía tiene previsto centralizar su producción en la planta de La Rinconada (Sevilla). En este caso no estamos hablando de cese de

principalmente, en el ámbito sanitario de nuestra Comunidad. Entre los meses de junio a septiembre de este año, la Consejería ha inyectado 136 millones de euros en ayudas a universidades públicas y a entidades públicas y privadas de investigación. Con estos 136 millones se persigue una doble finalidad: por una parte, fortalecer el talento humano en ese ámbito y, por otra, fomentar la puesta en marcha de proyectos de investigación, desarrollo e innovación.

¿Afectará toda esta situación al desarrollo académico del alumnado?

Confiamos en que no. Las universidades han demostrado una enorme capacidad de adaptación a la situación. Hemos abonado a las universidades públicas 180 millones de euros de deuda pendiente de otras legislaturas. No me cansaré de agradecer a las universidades el tremendo esfuerzo realizado.

**Luis Callejón**

Presidente de Aehcos, Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol

La industria turística necesita un rescate como el que le facilitaron a los bancos

Es el momento de rescatar a la industria turística, principalmente a la de la Costa del Sol. Nuestra situación es lamentable porque dependemos en el 70% del mercado internacional y a día de hoy está cerrado a cal y canto. Unos porque nos consideran peligrosos y otros porque les imponen cuarentena, pero la conclusión es que no tenemos clientes internacionales, eso significa que estamos sufriendo más que el resto de Andalucía que depende en menor medida de este segmento y más del turista nacional.

Esta situación es a largo plazo, no vemos posibilidades de recuperar clientes con facilidad, el año que viene vamos a estar igual, ya no confiamos en una vacuna para salvar la próxima temporada alta. Las administraciones y las empresas privadas tendrían que estar trabajando para recuperar la confianza del cliente con corredores sanitarios, PCR por parte de los organismos públicos o los empresarios para evitar cuarentenas, pasaportes y certificados sanitarios, esas son las necesidades.

Si este año no hemos sacado dinero ni para cubrir gastos, ¿cómo vamos a afrontar en 2021 una temporada alta con los aplazamientos del IBI, de la hipoteca, los ICO? Todos estos pagos se nos presentan en abril del próximo año y con la industria cerrada.

Cuando no se puedan pagar los impuestos llegará la insolvencia y si no ayudamos a los empresarios que llevan décadas trayendo a clientes de alto poder adquisitivo que dejan riqueza en la Costa del Sol, se hundirán y llegarán otros que tendrán que comenzar desde cero para atraer al cliente que nos interesa, eso son años de trabajo.

Es el momento de rescatar a la industria turística, a día de hoy necesitamos un rescate como lo necesitaron los bancos en su momento y le pusimos todo a su disposición, ahora desgraciadamente le toca al turismo. La única diferencia es que nosotros no hemos hecho nada para vernos en esta complicada situación y, sin embargo, somos los más afectados.



EXTENDA GLOBAL 2020

ACTIVA tu empresa
en el mundo

11 y 12 noviembre
2020



Te esperamos en el mayor
**encuentro virtual sobre comercio
internacional** que se celebra en
Andalucía.

Agenda de **encuentros B2B** con 62
países de la **Red Exterior de
Extenda**, conferencias, networking y
servicios especializados a empresas.

Inscríbete en:
www.extendaglobal.es

Organizan:



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Junta de Andalucía
Consejería de la Presidencia,
Administración Pública e Interior



AGENCIA ANDALUZA DE
PROMOCIÓN EXTERIOR

Colaboran:



Unicaja y Liberbank: un mes para culminar la fusión

La entidad andaluza ha retomado las negociaciones con la asturiana después de que hace un año y medio cancelaran el proceso de unión sin alcanzar un acuerdo

Marta Ramos

Un mes es el plazo que se han dado los Consejos de Administración de Unicaja Banco y Liberbank para decidir sobre su posible fusión. La andaluza y la asturiana retoman así las negociaciones para una unión financiera que sigue la tendencia que viene presentando el sector a nivel nacional, pero que ya se intentaron sin éxito hace ahora un año y medio.

A principios de octubre ambos bancos confirmaron contactos preliminares de cara a una posible fusión y días después los Consejos de Administración iniciaron la negociación formal con la fase *due diligence* (auditoría legal), en la que se intercambian información.

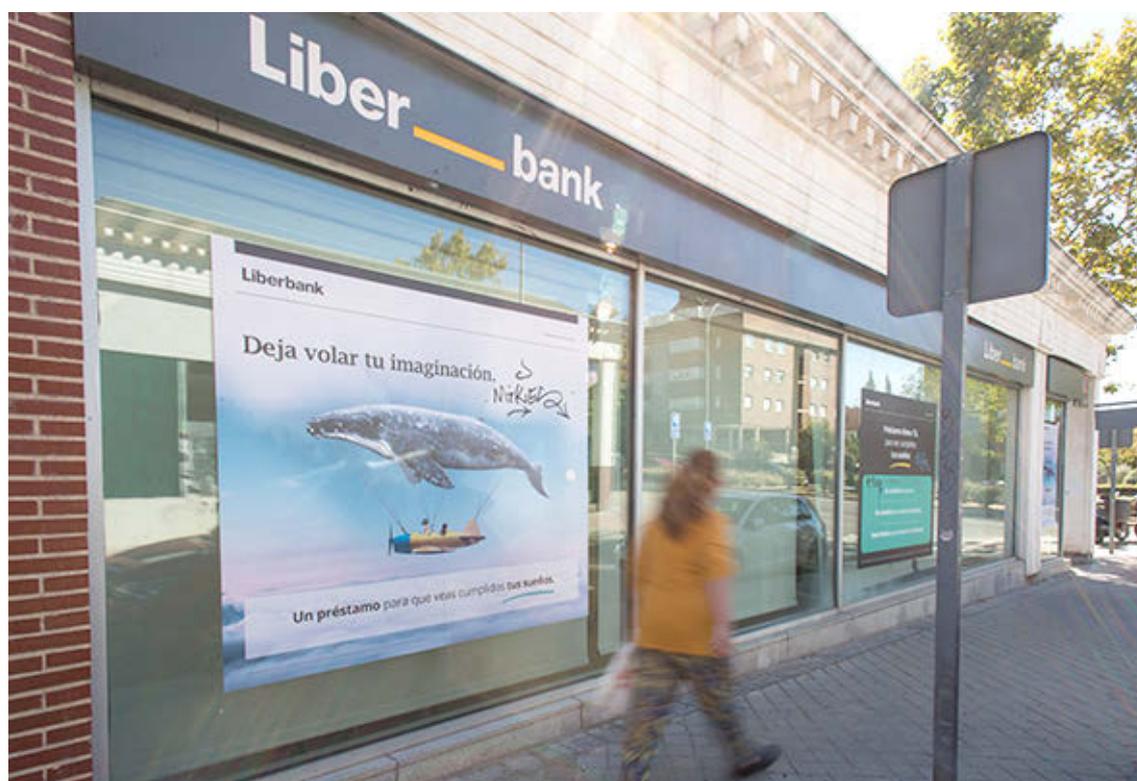
Una vez que finalice esta etapa los consejos deberán decidir si dan su visto bueno a una operación -que daría lugar a la quinta mayor entidad por volumen de activos en España- ya materializada la fusión entre CaixaBank y Bankia-, al sumar 108.826 millones de euros (63.002 millones de Unicaja y 45.824 millones de Liberbank, según datos de junio de 2020).

La entidad resultante de esta segunda oportunidad de fusión tendría una plantilla de 9.972 empleados (6.274 de Unicaja y 3.698 de Liberbank), una red de 1.608 oficinas (1.029 de Unicaja y 579 de Liberbank) y más de 100.000 millones de euros en activos completos.

Se estima que las entidades podrían tener sus informes listos en las próximas semanas con el fin de convocar los consejos de administración en noviembre y aprobar definitivamente la fusión. PwC y Deloitte son las empresas que se han vuelto a poner al frente de las negociaciones en este segundo y decisivo intento de concentración.

La futura fusión Unicaja-Liberbank es vista con recelo en muchas provincias españolas, ya que, la operación supondría el cierre de un número considerable de oficinas. En concreto, ambas entidades suman un total de 1.600 sucursales, de las que tendrían





La operación podría generar el cierre de unas 300 oficinas bancarias. Nacho Martín

que cerrar alrededor de 300. En Andalucía, Málaga y Almería son las provincias con mayor concentración de oficinas de Unicaja, por lo que previsiblemente también serían las más afectadas por los cierres. La zonas rurales donde el banco aún cuenta con alguna sede siguen con atención los pasos que se van conociendo de la negociación temiendo que pueda provocar la desaparición de los servicios bancarios. Fuera de Andalucía las provincias más afectadas por los cierres, en este caso de las oficinas de Liberbank podrían ser Cáceres, Salamanca, Toledo y León.

La fusión supondría la creación del quinto banco más importante de España

Esta fusión, desde el primer intento fallido el año pasado, se marca como una de las operaciones más importantes del país en lo que se refiere a concentración financiera, ya que, ambas entidades complementan sus áreas geográficas para alcanzar prácticamente la totalidad del país, pues mientras Unicaja está instalada en Andalucía, Castilla y León y Madrid, Liberbank predomina en Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha y Extremadura.

La plantilla de empleados de ambas entidades también se vera afectada por esta operación de concen-

tración, las primeras estimaciones apuntan a que las entidades bancarias deberán recortar alrededor de mil empleos con el fin de evitar duplicidades. La plantilla de Unicaja está formada actualmente por 6.274 trabajadores y la de Liberbank por 3.668, un total de 9.942 profesionales que tendrá que reducirse sobre un 10%.

Unicaja Banco tiene su origen en Málaga y aglutina el negocio de la antigua Unicaja más el del grupo Ceiss, formado por la unión de Caja España y Caja Duero, mientras que Liberbank engloba la actividad de Cajastur-Banco CCM, Caja Cantabria y Caja Extremadura.

Las entidades han intentado fusionarse en otras ocasiones, y la última fracasó en mayo de 2019 después de cinco meses de negociaciones, ante la falta de acuerdo entre ambas sobre su valor y el consiguiente reparto accionario. Este reparto, que en un primer momento pudo llegar a ser del 60-40 a favor de Unicaja Banco, podría reducirse ahora hasta el 57,5 %-42,5 %.

El tiempo establecido se agota y las entidades siguen negociando a contrarreloj en un escenario mucho más complejo que el que dejaron en mayo, marcado por la incertidumbre económica que ha sembrado la pandemia en el país, así como la presión de los mercados. En las negociaciones está en juego la creación de uno de los bancos más importantes de España.

La Bolsa reacciona a las negociaciones de la fusión

Las acciones de Unicaja subieron casi un 5% y las de Liberbank avanzaron más de un 6% justo después de que los consejos de administración de ambas entidades decidieran iniciar formalmente las conversaciones para negociar una eventual fusión. En concreto, las acciones de Unicaja se anotaban una subida del 4,49%, hasta intercambiarse a un precio de 0,71 euros, mientras que las de Liberbank subían un 6,4%, hasta los 0,27 euros. Unicaja y Liberbank han designado a PwC y Deloitte, respectivamente, para elaborar la auditoría, mientras que los despachos y bancos asesores serán Uría Menéndez y Mediobanca, del lado de Unicaja, y Ramón y Cajal y Deloitte, por parte de Liberbank. Se da la circunstancia de que son los mismos asesores a los que se dio mandato durante el último intento de fusionar ambas entidades, al que renunciaron en mayo de 2019 tras no llegar a un acuerdo. Una vez que finalice la 'due diligence', los consejos deberán decidir si dan su visto bueno a una operación que daría lugar a la quinta mayor entidad por volumen de activos en España. La entidad combinada tendría una plantilla de 9.972 empleados (6.274 de Unicaja y 3.698 de Liberbank) y una red de 1.608 oficinas (1.029 de Unicaja y 579 de Liberbank).



La embotelladora de Málaga cuenta con una plantilla de 77 trabajadores fijos y 100 temporales.

Coca-Cola pone en marcha el ERE para cerrar su planta de Málaga

La multinacional ha anunciado el cese de su planta embotelladora de la Costa del Sol tras 60 años de historia, para concentrar toda la actividad en Sevilla. CCOO denuncia que la operación afecta a más 70 trabajadores fijos y a unos 100 empleados temporales

Marta Ramos. Fotos: Álex Zea

La industria malagueña ha sufrido este mes un importante varapalo, una de sus fábricas más emblemáticas, la planta embotelladora de Coca-Cola, echa el cierre tras 60 años de historia y deja en el aire el futuro de más de 70 empleados fijos y cerca de 100 temporales, para los que ya se negocia un ERE.

En noviembre de 1960 el gigante de los refrescos desembarcaba en la capital de la Costa del Sol abrien-

do una pequeña planta para embotellar y comercializar sus productos en la provincia. La zona industrial malagueña daba la bienvenida a la multinacional que llegaba para crear empleo y riqueza.

Ahora 60 años después, con una plantilla de trabajadores que en muchos casos lleva media vida en la empresa, decide apostar por la concentración, cerrar la sede y aglutinar toda su actividad



La fábrica produjo 20 millones de cajas de refresco durante 2019.

en Sevilla, donde se trasladará la producción de Málaga.

A principios de octubre, apenas un mes antes de la culminación del 60 aniversario, Coca-Cola European Partners (CCEP), embotelladora de la marca estadounidense, convocaba al comité de empresa de la planta embotelladora de Málaga, perteneciente a la sociedad Rendelsur, para anunciarle su decisión de cerrar la factoría en la ciudad.

“En el entorno actual tenemos que asegurar que contamos con fábricas innovadoras tecnológicamente, más grandes, que sean capaces de producir todo el portafolio de productos, tengan mayor flexibilidad y aprovechen las economías de escala”, señalaban desde la compañía.

La empresa expresaba su compromiso de “buscar todas las opciones posibles” para mantener el nivel de empleo en Andalucía y asegurar el mantenimiento de su capacidad industrial en la comunidad, en un centro “puntero” como el de La Rinconada (Sevilla), que es la planta más grande en toda Europa.

Esta planta cuenta con capacidad para producir el 25% del total del volumen vendido en el mercado español a través de sus 11 líneas, que sirven la totalidad del portafolio, además de un almacén robotizado con capacidad para 100.000 palés. En 2019, la producción de la planta de Sevilla alcanzó los 130 millones de cajas, mientras que

la de Málaga produjo en el mismo periodo 20 millones de cajas en dos únicas líneas -vidrio retornable y BIB-

La compañía ha nombrado una Comisión Negociadora para acordar con el Comité de Empresa las condiciones del ERE que afecta al total de los 77 empleados fijos de la planta, pero deja fuera a los 100 trabajadores temporales con los que se refuerza la plantilla en la temporada alta de verano.

20

Millones de cajas de refresco salieron de la planta de Málaga durante 2019

El anuncio del cierre cayó como un jarro de agua fría en la ciudad y ha desatado una ola de reacciones en el mundo empresarial y en la política. “Supone un golpe brutal a la industria malagueña, se cae una bandera del empleo de calidad en la provincia y creemos que no era el momento ni son las situaciones adecuadas para que la multinacional adopte este tipo de operaciones. Sin industria no habrá futuro, si la poca industria que tiene Málaga desaparece llevamos un camino muy malo, así que pedimos a las administraciones que se pongan del lado de los trabajadores”, comentaba Andrés González Secretario de Industria de CCOO Málaga.

Empresas

Abengoa crece en Brasil mientras trata de lograr su salvación



Abengoa aguarda a una solución para conseguir los 20 millones de euros que necesita para sacar adelante su plan de reestructuración. La ingeniería no ha logrado que la Junta de Andalucía aporte la financiación y continuará buscando alternativas con sus acreedores y las entidades que ya han firmado 230 millones de crédito (203 millones ya repartidos y 27 millones aún por asignar).

El cierre de la reestructuración ya acumula varios meses de retraso y dificulta el cumplimiento de su plan de viabilidad al toparse con las máximas dificultades para contratar nuevos proyectos. No obstante, en ese *impasse*, el grupo ha obtenido una noti-

cia positiva al otro lado del Atlántico con la adjudicación provisional en Brasil de un contrato para construir y explotar una desaladora con un valor de cerca de 500 millones de euros.

En concreto, la compañía que preside Gonzalo Urquijo, a través de Abengoa Agua, forma parte del consorcio que ha sido seleccionado como la mejor oferta para la ejecución y operación durante 30 años de la planta de desalinización de la Región Metropolitana de Fortaleza, en el Estado de Ceará. La ingeniería andaluza forma parte de la alianza liderada por la firma local Marquise y que también está integrada por PB Construções.

Agroindustria

Fertiberia obtiene 65 millones para el proyecto de los fosfoyesos



Fertiberia ha obtenido las garantías financieras necesarias para cubrir el importe del proyecto de regeneración de los apilamientos de fosfoyeso en Huelva. La compañía ha firmado un aval de 29,8 millones de euros con una entidad internacional, que se suman a los 36,1 millones obtenidos por un *pool* bancario liderado por Santander. Las garantías obtenidas, que superan los 65 millones de euros, cubren la totalidad del presupuesto original estimado para el proyecto de restauración de los fosfoyesos.

En total, Fertiberia ha conseguido avales a favor del al Ministerio por valor de 62,3 millones (el 95% del

total). Y dado que la Audiencia Nacional ha requerido la aportación de garantías distintas de las constituidas ante la Junta de Andalucía, cuyo importe de 3,6 millones apenas supone un 5% del total de los 65,9 del proyecto, Fertiberia ofrecerá garantías líquidas adicionales por dicha cantidad.

Tras obtener la Declaración de Impacto Ambiental Favorable (DIA), la compañía continúa con el procedimiento para obtener los permisos autonómicos y municipales que le permitan iniciar el proyecto con la mayor celeridad posible. La colaboración de las administraciones será esencial para el proyecto.

Empleo

Alestis y los sindicatos llegan a un acuerdo para reducir despidos



CCOO y UGT han logrado, tras una larga negociación, alcanzar un acuerdo con la empresa aeronáutica Alestis por el que se reduce la cifra de despidos de los 585 previamente planteados por la compañía hasta 440.

Según ha informado CCOO en un comunicado, tras largas jornadas de negociación de huelga indefinida en las plantas que la empresa del grupo Aciturri tiene en Andalucía y un encierro de trabajadores en los centros de trabajo, se ha acordado ampliar la cobertura de ERTE un mes para, a finales de octubre, retomar la negociación y ampliar el acuerdo.

El conflicto, que arrancó a finales del pasado agosto cuando la empresa decidió plantear un expediente de regulación de empleo que afectaría a 585 puestos de trabajo directos en Andalucía, llevó a los sindicatos a convocar primero paros parciales y posteriormente una huelga indefinida.

El acuerdo alcanzado entre las partes prevé prejubilaciones para la plantilla de más de 57 años con el 60 % de la base reguladora de cotización hasta que se cumplan 63 años. Alestis cuenta con más de 1.300 empleados en sus centros de Sevilla, Getafe, Puerto Real, Puerto de Santa María y Vitoria.

Puertos

La Autoridad Portuaria de Málaga invertirá 52 millones hasta 2024



El presidente de Puertos del Estado, Francisco Toledo, mantuvo una reunión de trabajo con Carlos Rubio y José Moyano, presidente y director, respectivamente, de la Autoridad Portuaria de Málaga en la que han consensuado el Plan de Empresa 2020-2024, período en que se invertirán más de 52 millones de euros.

En cuanto a las inversiones, a corto plazo, destaca la inminente firma del Convenio de Colaboración con la Guardia Civil para la construcción de sus nuevas dependencias en las que la Autoridad Portuaria invertirá 1,2 millones. El proyecto constructivo estará listo en enero de 2021. Además, se invertirán otros 18 millones de euros en el cerramiento dársena pes-

quera y el nuevo muelle nº8. Según el presidente de la Autoridad Portuaria, "esta actuación asegurará el crecimiento del puerto a medio plazo, ya que permitirá disponer de una superficie adicional de 7 hectáreas para tráficos agroalimentarios, ro-ro de automóviles y otro posible ro-ro asociado a tráficos del Estrecho". También destacó la rebaja de tasas acordada, que supondrá un 4,5% a la tasa del pasaje, un 4,2% a la tasa de la mercancía, y un 2,5% a la tasa al buque, y que permitirá al puerto de Málaga mejorar su competitividad para atraer nuevos tráficos. Respecto a los tráficos, Carlos Rubio puso de relieve el repunte experimentado durante los meses de septiembre y octubre.

Fondos UE

Andalucía reclama al Gobierno 23.000 millones de los fondos Covid



El Pleno del Parlamento autonómico reclamó la pasada semana al Gobierno central que destine a Andalucía 23.000 de los 72.000 millones de euros que España recibirá a fondo perdido de la Unión Europea para hacer frente a las consecuencias de la pandemia del coronavirus. El Parlamento reclama que se apliquen criterios de distribución justos, equitativos y transparentes y, concretamente, emplee los mismos criterios de la UE, es decir, nivel de población, desempleo y nivel de caída del PIB por la pandemia para el reparto entre comunidades de los fondos Covid de la Unión Europea, lo permitiría a Andalucía recibir un 32% de las transferencias directas

para la recuperación, lo que el Gobierno andaluz calcula en más de 23.000 millones de euros.

La propuesta, que fue aprobada durante el debate del estado de la Comunidad con el apoyo del PP, Ciudadanos, Vox y Adelante Andalucía, y el rechazo del PSOE, insta al Gobierno de España a adoptar esta decisión en la próxima Conferencia de Presidentes Autonómicos, prevista para hoy lunes, que se llevará a cabo mediante videoconferencia y no de manera presencial en el Senado como estaba inicialmente previsto, y a la que asistirá la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen.

Previsiones

Unicaja estima un crecimiento de la economía andaluza del 5,4%



Unicaja Banco ha publicado el número 102 de su informe trimestral *Previsiones Económicas de Andalucía*, que, como en ediciones anteriores, ha sido elaborado por Analistas Económicos de Andalucía, sociedad de estudios del Grupo Unicaja Banco.

En 2021, las estimaciones apuntan que el PIB andaluz podría crecer un 6,7 por ciento, situándose en el 5,4 por ciento en un escenario más desfavorable. Por otro lado, se prevé un aumento del empleo superior al tres por ciento, en el promedio del año, situándose la tasa de paro entre el 25,2 por ciento y el 26,5 por ciento.

De igual modo, las estimaciones realizadas por Analistas Económicos de Andalucía apuntan a un descenso del Producto Interior Bruto (PIB), en 2020, entre el 11,7 y el 13,9 por ciento, en tanto que el empleo podría disminuir, en el promedio del año, entre un 5,5 por ciento y un 8,1 por ciento. Así, la tasa de paro se situaría en el 25,0 por ciento, aunque podría alcanzar el 25,9 por ciento en un escenario menos favorable. Según este informe, documento, la incertidumbre continúa siendo elevada y la evolución de la actividad económica se encuentra muy condicionada por la de la pandemia y las medidas de contención.



Anotec llega a Oriente Medio y prepara el salto a América

La empresa granadina, especializada en contaminación acústica aeroespacial, ya cuenta con una sede en la India y trabaja en varios proyectos en Turquía y Perú

Marta Ramos. Fotos: elEconomista

La compañía trabaja en el control de la contaminación acústica de aviones y helicópteros.

Anotec Engineering, empresa granadina especializada en ofrecer soluciones a la contaminación acústica en el sector aeroespacial, ha dado el salto a Oriente Medio con un importante proyecto en Turquía y ahora prepara su llegada también a América latina.

La compañía, fundada en 2001 por el holandés, Nico van Oosten, se dedica principalmente a medir el impacto acústico en los aeropuertos y a certificar que las aeronaves que se fabrican cumplen con los estándares de ruido establecido, para lo que cuentan con la aprobación de la Agencia Europea de la Aviación Civil.

Desde el inicio de su actividad, la empresa ha generado el 100% de su facturación fuera de España,

principalmente en proyectos europeos. Ahora y en plena pandemia mundial, la empresa ha decidido dar un salto más en su proceso de internacionalización con el objetivo de consolidar su presencia en Oriente Medio.

La compañía, que ya contaba con una sede en la India ha logrado culminar con éxito un proyecto en Turquía y apuesta por este nuevo mercado donde la industria aérea está en pleno crecimiento. "Ya conseguimos la certificación de un helicóptero en Turquía y hemos visto que cada vez hay más interés alrededor del ruido en los aeropuertos, así que queremos llevar allí nuestros conocimientos, sistemas de medición y estudios de impacto acústico", ha explicado a *elEconomista Andalucía* el fundador y director general de Anotec.



Antotec mide el nivel de ruido de las aeronaves antes de salir al mercado.

Aunque la web de Anotec está optimizada para el mercado español, anglosajón, francés y portugués, la firma ha creado una página específica para el mercado turco con el objetivo de acercarse más a este país y reforzar sus lazos con el nuevo mercado.

A los proyectos en Oriente Medio, la empresa andaluza ha sumado también el objetivo de explorar nuevos mercados emergentes como América Latina. En este sentido, de la mano de una empresa de ingeniería sevillana, la compañía ha logrado cerrar un importante acuerdo en Lima (Perú) y pretende seguir llevando sus servicios por más países.

“Nuestra especialidad es dar un paquete completo y eso es lo que necesitan los países que están despegando en temas de aviación y que van a experimentar un gran crecimiento del tráfico aéreo en los próximos años. Estos nuevos mercados van a necesitar gestionar el ruido y ahí es donde ofreceremos nuestros servicios”, ha comentado van Oosten.

Además de los proyectos de internacionalización, Anotec se encuentra inmersa en una iniciativa en colaboración con la Agencia Europea de Aviación civil con el objetivo de elaborar una normativa común para regular también el tema del ruido en los drones y las aeronaves no tripuladas.

La empresa realiza trabajos de campo con ensayos de vuelo, aunque la mayor parte de su actividad se centra en la oficina, por lo que no se ha visto alterada ni mermada por la pandemia. La plantilla está compuesta por apenas cinco empleados, aunque todos de alta capacitación y especialización. “Lo que



La plantilla se forma en la propia compañía durante años.

nosotros necesitamos no se enseña en las universidades, nuestros trabajadores están formados directamente en Anotec. Se tarda años en conseguir el nivel que nosotros necesitamos para hacer nuestro trabajo al nivel que queremos”, ha subrayado el director de la compañía.

Aunque la situación sanitaria ha alterado el ritmo de algunos proyectos en marcha, no ha mermado el nivel de trabajo, por lo que la compañía logrará cumplir los objetivos marcados a principios de año y cerrará 2020 con una facturación por encima de los 500.000 euros. La empresa continúa así con sus planes de expansión que pretenden llevar las soluciones acústicas diseñadas en Andalucía a los aeropuertos de todo el mundo.

La Costa del Sol lidera el mercado de segunda residencia

La pandemia incrementa el interés por las viviendas en el litoral y lejos de grandes ciudades. El 20% de las viviendas vendidas en los últimos meses son de nueva construcción.

Marta Ramos. Fotos: Álex Zea

La pandemia del Covid-19 está afectando de diversas maneras a las tendencias sociales y, por lo tanto, a la economía. En el mercado inmobiliario, las restricciones de movilidad impuestas en grandes ciudades están provocando un incremento de la compraventa de segundas residencias en pequeñas localidades cerca del mar, un sector que está liderando la Costa del Sol, seguida de Alicante.

Según un informe de la promotora Taylor Wimpey España, las visitas y contactos en su página web para comprar una vivienda en la costa han aumen-

tado un 64% entre mayo y septiembre con respecto al mismo periodo del 2019. Desde enero a septiembre la compañía ha realizado un total 867 operaciones de venta de viviendas en la Costa del Sol.

Los españoles lideran el *ranking* de compra viviendas en la costa a nivel nacional, aunque en el litoral malagueño son los extranjeros los que realizan la mayor parte de las operaciones, especialmente en localidades como Marbella y Estepona. En la actividad acumulada en lo que va de año esta promotora ha registrado hasta 22 nacionalidades distintas entre sus compradores, destacando los británicos que acaparan el 12% de las operaciones. Una

Aumenta la intención de compra en la costa.



Andalucía

elEconomista.es

tendencia que demuestra que el *Brexit* no ha provocado mermas en el mercado de las segundas residencias en las costas andaluzas.

“Estamos viviendo un aumento notable en la demanda de segundas residencias en España. La incertidumbre y las restricciones de la pandemia no han frenado el interés de los británicos en comprar una residencia en la costa española. De hecho, la pandemia ha hecho que muchas personas estudien detenidamente sobre lo que es importante para ellos y dónde quieren pasar su tiempo”, ha indicado Marc Pritchard, director de ventas y marketing de Taylor Wimpey España.

En esta tendencia también destaca el avance de la obra nueva frente a la vivienda de segunda mano. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), En el mes de julio, el 20,7% de las compraventas que se hicieron correspondían a viviendas de nueva construcción.

Expertos inmobiliarios apuntan a que la implantación del teletrabajo en empresas y organismos públicos está provocando notables cambios a la hora de



Las viviendas con piscina son las más demandadas.

El precio medio de la vivienda ha caído un 5,4% entre el primer y el tercer trimestre del año

buscar tanto una vivienda como el lugar donde se ubica. Hogares con espacios al aire libre, piscinas, jardines, con terrazas y vistas despejadas son los más demandados estos últimos meses.

En este mercado es donde lidera la Costa Sol, que al importante *stock* disponible está sumando en los últimos meses cientos de nuevas promociones inmobiliarias de gama media-alta en las que predominan las zonas verdes, los grandes ventanales con vistas al mar o a la naturaleza y las piscinas infinitas.

Con precios que oscilan desde los 300.000 euros para los apartamentos más modestos, hasta los 32 millones de euros de la Villa Cullinan, la casa más cara de España, una mansión ubicada en la exclusiva urbanización La Zagaleta, de más 3.000 metros cuadrados en una finca de 10.000 metros cuadrados y que cuenta con diez habitaciones, catorce baños, piscina interior y exterior, gimnasio y sala de cine, entre otras.

Estos precios de villas exclusivas contrastan con los de las viviendas de segunda mano, más asequibles para la población general, mercado en el que la pandemia ya ha comenzado a hacer estragos, provocando bajadas de precio consecutivas. En cifras, según la tasadora Tinsa, el precio medio de



Los británicos son los que más viviendas compran en la Costa del Sol.

las viviendas nuevas y usadas ha descendido en Andalucía un 5,4% durante la crisis sanitaria, entre el primer y el tercer trimestre de 2020, situándose de media en 1.160 metros cuadrados. Andalucía es una de las tres regiones, por detrás de Extremadura y La Rioja, en la que más cayó el precio de la vivienda frente a una bajada media en España del 1,6 % hasta 1.361 euros el metro cuadrado.



Germán López Lara
Responsable técnico de Energía y Medio Ambiente
de Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA)

Innovación para la transición energética

La transición energética representa una gran oportunidad de reactivación económica tras la crisis por la pandemia y será necesaria una importante apuesta por la innovación para hacer frente a los retos tecnológicos que plantea. Ha habido varias transiciones energéticas a lo largo de la Historia, pero en la actualidad nos enfrentamos a una decisiva porque de ella depende el futuro del planeta. Consiste en el paso de un modelo basado en el uso mayoritario de combustibles fósiles (petróleo, carbón y gas) a un sistema donde sea mayoritario el empleo de fuentes renovables (solar, viento, biomasa, etc.).

En la actualidad, en torno al 80% del consumo de energía final procede de fuentes convencionales. Como consecuencia, alrededor del 65% de las emisiones globales de gases efecto invernadero (GEI) proceden del sector energético, lo que convierte en una necesidad la descarbonización de la economía para contribuir a mitigar los efectos del cambio climático y cumplir con los objetivos del Acuerdo de París y el *Green Deal* de la UE.

En este escenario de descarbonización, las fuentes renovables están llamadas a tomar un papel preponderante. A pesar de que varias tecnologías renovables, como la eólica y la fotovoltaica, tienen ya menores costes que las energías convencionales, solo suponen poco más del 15% de la energía final. Al mismo tiempo, se plantean retos adicionales, como asegurar un suministro energético de calidad y a precios competitivos. En este sentido, se tiende a la electrificación del sector. Si bien en la actualidad la electricidad representa solamente en torno al 20% del consumo de energía final, se espera que en 2050 represente alrededor del 50%, debido a una fuerte penetración tanto en el sector residencial como en el industrial y en el transporte, con la incorporación del vehículo eléctrico.

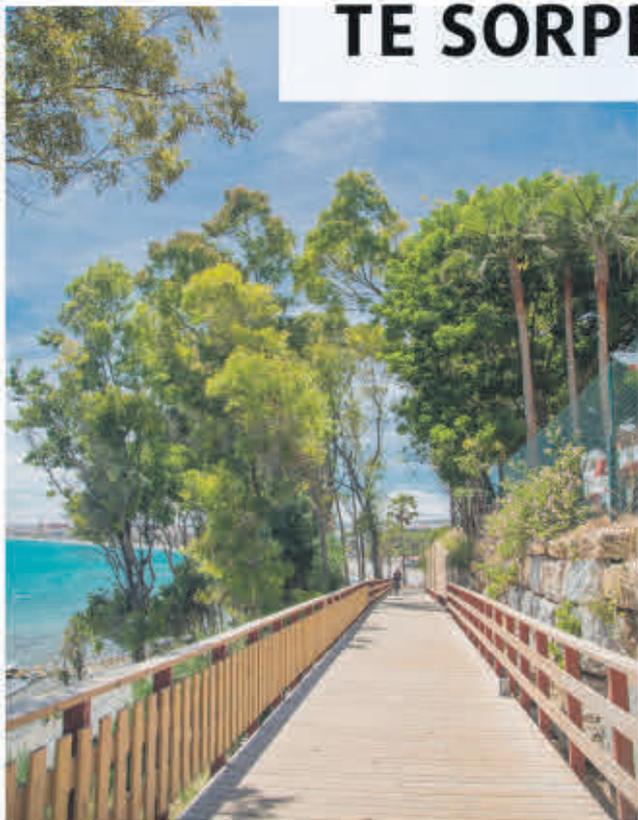
La integración óptima de una mayor generación de carácter renovable requiere de infraestructuras energéticas eficientes y digitalizadas, soluciones de almacenamiento, etc. El abanico de tecnologías es notable y la necesidad de innovación enorme para conseguir una reducción drástica de las emisiones de GEI, alcanzando una apropiada integración de las fuentes renovables -caracterizadas por su intermitencia-, pero garantizando un suministro energético fiable y de calidad.

Se trata de un gran desafío, pero también una gran oportunidad. Las transiciones ecológica y digital son dos de las grandes prioridades del Fondo de Recuperación europeo por el que España podría recibir hasta 140.000 millones de euros para la reactivación pos-Covid. Andalucía tiene capacidades, experiencia, tejido empresarial y recursos renovables como para posicionarse en lugar destacado y aprovechar este momento para que las energías renovables contribuyan a la recuperación económica, gracias a su capacidad de generación de empleo y de contribuir al crecimiento del PIB.

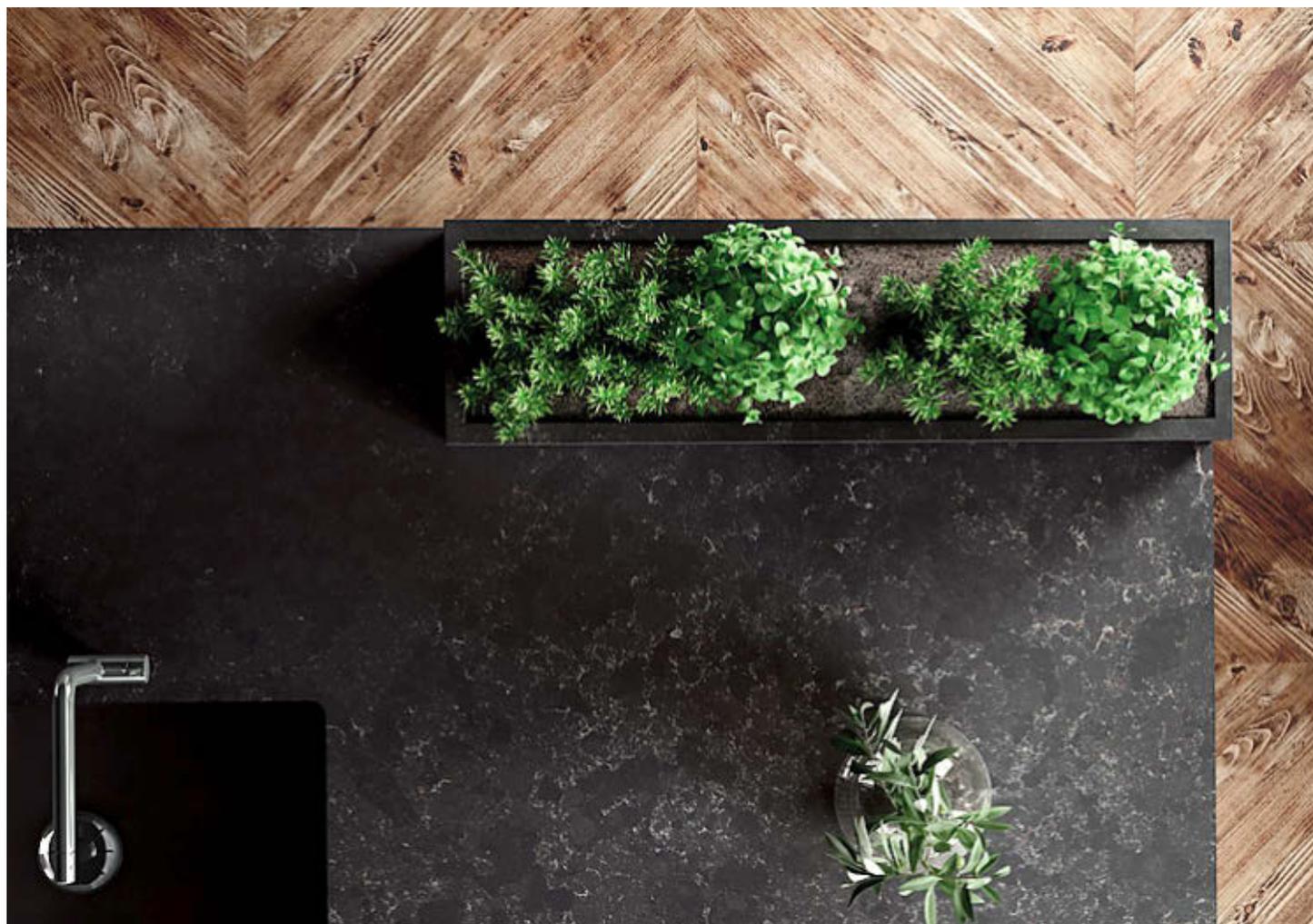


ESTEPONA

TE SORPRENDERÁ



Ayuntamiento
de Estepona



La nueva gama de productos se basa en el estilo industrial.

Cosentino invierte 12 millones en HybriQ+, la versión eco de Silestone

La compañía lanza al mercado una nueva gama de su producto estrella basada en la tecnología sostenible y el reciclaje. La empresa almeriense prevé cerrar 2020 con una facturación de 1.100 millones, cifra similar al año anterior

Marta Ramos. Fotos: elEconomista

Silestone, la marca andaluza líder mundial de superficies de cuarzo cumple 30 años en el mercado y Cosentino, la empresa que la desarrolló, lo celebra lanzando HybriQ+, su versión más sostenible. Esta pionera tecnología, en la que la empresa ha invertido más de 12 millones de euros, supone un importante salto cualitativo en la evolución de la marca y se traduce en un nuevo proceso productivo marcado por el compromiso medioam-

biental y su apuesta por la economía circular y la gestión sostenible.

“Es un lanzamiento muy especial, una apuesta por la sostenibilidad. A veces se habla de sostenibilidad como un mantra, pero aquí se concreta la apuesta de la marca por la economía circular”, ha comentado a *elEconomista Andalucía*, Santiago Alfonso, vicepresidente de Marketing de Cosentino.



Cosentino ha tardado 3 años en diseñar la nueva gama de productos.



Los nuevos productos reducen el nivel de sílice.

Con esta nueva tecnología en la fabricación de Silestone, además de contar con hitos medioambientales propios de Cosentino como el uso de un 98% de agua reciclada o el 100% de energía renovable, se utilizan materias primas recicladas como vidrios o espejos reutilizados.

HybriQ+ destaca además por contar con una nueva formulación en la composición, donde se reduce en gran medida la presencia de sílice cristalina. En su lugar, se emplea una formulación híbrida de materias primas minerales y recicladas. Esta tecnología también aporta mayor seguridad tanto en sus propias instalaciones productivas como, sobre todo, para todos sus clientes marmolistas y los profesionales transformadores. "En esta nueva serie de productos los niveles de sílice están por debajo del 10%, no es solo una gama de colores nuevo", ha indicado Alfonso.

La compañía almeriense ha tardado más de tres años en diseñar esta nueva gama de productos más respetuosos con el medio ambiente. A la inversión inicial, se suman unos tres millones de euros de gastos que cada año se destinarán a esta tecnología. "Esperamos que en 2021 esta versión de Silestone haga un aporte de varias decenas de millones de euros", ha destacado el directivo.

Además, de una apuesta por la sostenibilidad estos nuevos productos suponen un cambio de estilo, ya que esta innovación se da a conocer por primera vez, y por el momento de forma exclusiva, con la nueva serie de colores de silestone a los que la empresa ha llamado Loft. Un estilo completamente distinto que se remonta a mediados del siglo XX cuando diferentes barrios neoyorkinos vieron cómo sus instalaciones fabriles, grandes talleres y almacenes abandonados se convertían en viviendas diáfnas o en los denominados, a partir de entonces, *lofts*.



La empresa apuesta por las energías renovables y el agua reciclada.

Camden, Poblenu, Seaport, Nolita y Corktown, son estos nuevos colores de Silestone que rememoran a cinco icónicos barrios del mundo con una marcada historia y estética industrial. "Son productos muy enfocados al mercado europeo y a la costa oeste de Estados Unidos, creemos que algunos de estos colores si situarán entre los diez más vendidos del mundo".

Cosentino, como el resto de empresas, trabaja estos meses para reducir al máximo las consecuencias de la pandemia en sus cuentas anuales. "Como para cualquier empresa está siendo complicado, por la bajada de ventas durante el confinamiento y la irregular situación del resto de países, aun así, hemos sabido reducir costes y esperamos alcanzar y superar la facturación del año pasado, nos damos por satisfechos", ha señalado.

En 2019 la multinacional superó los 1.100 millones de euros y el presupuesto de este 2020 apuntaba a que alcanzaría un nuevo hito con más de 1.300 millones de euros, unas previsiones que se han visto mermaid por la situación sanitaria.

La cosecha de mango cae un 25% hasta las 18.000 toneladas

Las condiciones climáticas han mermado la producción de fruta, pero el precio se ha incrementado. Se estima que esta campaña generará unos 25,3 millones de euros.

Marta Ramos. Fotos: Álex Zea

Andalucía se encuentra inmersa en plena campaña de recogida de mango. La fruta tropical llegó hace algunas décadas a la región y ya cuenta con una superficie plantada de más de 6.000 hectáreas que se reparten entre la Axarquía malagueña y la costa de Granada. Un cultivo rentable por el que cada vez apuestan más agricultores, pero especialmente delicado y sensible a las condiciones climáticas. Precisamente el clima es lo que ha mermado la producción de este año. Los agricultores estimaban igualar la campaña del 2019, que generó unas 24.000 toneladas, pero finalmente se quedará en unas 18.000, lo que supone un descenso de casi el 25%.



Andalucía

elEconomista.es



La merma en la producción ha reducido a la mitad el empleo en la campaña.

“La campaña va muy mal en cuanto a kilos, preveíamos un buen año de cosecha, pero la primavera lluviosa fue mala para la floración y después los golpes de calor de agosto destrozaron mucha fruta”, ha explicado a *elEconomista Andalucía* Javier Braun, presidente de la Asociación Española de Productores de Frutas Tropicales.

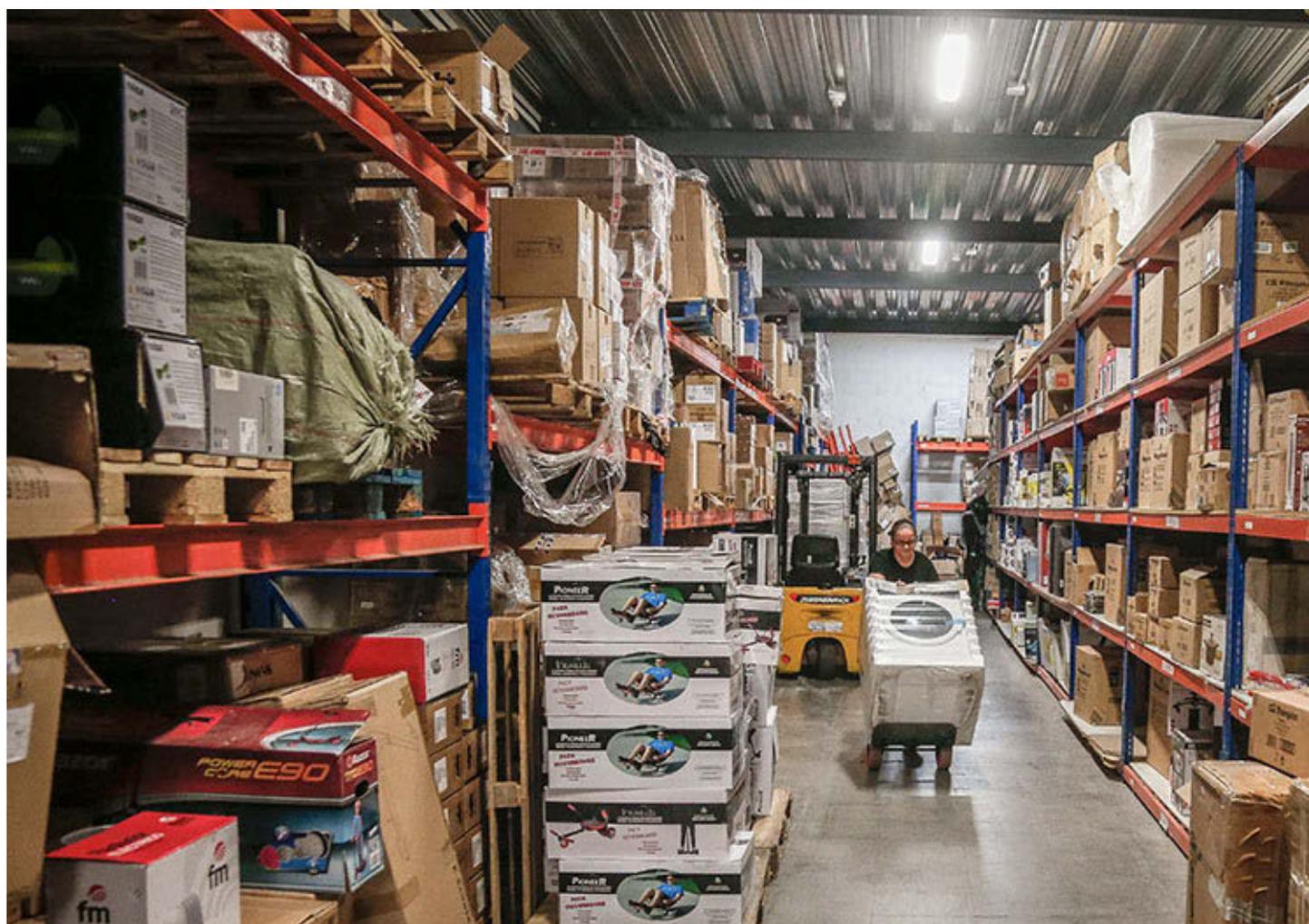
Con una superficie de cultivo dividida en minifundios de pocas hectáreas, la situación es muy distinta para cada agricultor dependiendo del tamaño de su plantación y el estado de la fruta. “La mayoría de fincas están muy mal por las condiciones climáticas, las que hayan perdido más de la mitad de la cosecha, ni si quiera podrán cubrir los gastos de producción”, ha advertido el Braun. La cifra positiva está en el precio que ha registrado un notable incremento con respecto a la campaña de 2019. La variedad Osteen, la más abundante en Andalucía, se está pagando al agricultor sobre 1,40 euros el kilo, frente a los 1,10 euros del año pasado. Teniendo en cuenta estos datos y las estimaciones de la producción, se calcula que la cosecha de mango de este año podría generar unos ingresos de más de 25,2 millones de euros.

La merma en la campaña también está afectando al empleo, reduciendo casi a la mitad el número de

jornales. “Donde trabajan unas diez personas ahora trabajan cinco y durante menos días, al haber menos fruta, pues se trabaja antes”, ha indicado el portavoz de los agricultores. En cifras, una campaña normal generaría unos 9.000 empleos para la recogida de la cosecha y este año apenas necesitarán unos 4.500 trabajadores.

A pesar de que esta campaña no está siendo buena, Andalucía sigue siendo la principal productora de subtropicales de España y la fruta andaluza está muy cotizada en Europa, aunque también va en aumento el consumo nacional. Hace unos años el 70% del mango que se producía en la región se exportaba, ahora prácticamente la mitad se queda en el mercado español.

A este equilibrio ha contribuido en gran medida el interés de las grandes cadenas comerciales por el mango andaluz. Mercadona lleva varios años apostando por los productos de la tierra, que este año ha adquirido más de 2.500 toneladas, lo que supone casi un 20% de la cosecha total. A eso se suma la francesa Carrefour, que ha adquirido 1.860 toneladas de mango andaluz para sus supermercados y contribuirá aún más a la expansión comercial de estos agricultores al exportar a otras de sus filiales europeas como Francia, Bélgica y Andorra más del 40% de la producción de esta fruta.



La compañía cuenta con una plantilla de 30 empleados.

Electrocosto suma 55.000 clientes desde el inicio de la pandemia

La compañía cordobesa, referente del 'ecommerce' a nivel nacional, confía en el 'Black Friday' para consolidar las cifras y fidelizar a los compradores que han llegado durante el confinamiento. La empresa facturó 23 millones de euros en 2019 y prevé crecer un 20% este año.

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso

La pandemia del coronavirus no está afectando de igual modo a todos los sectores de la economía y algunos como el comercio *online* están viviendo estos meses un auténtico auge.

Electrocosto, empresa cordobesa de electrodomésticos y tecnología, ya era un referente nacional del *ecommerce*, pero durante el confinamiento, las visitas a su página web se dispararon.

El teletrabajo aumentó las necesidades tecnológicas y pasar tanto tiempo en casa incrementó también las ventas de electrodomésticos y dispositivos de ocio, lo que provocó un notable incremento en el número de clientes de esta compañía que solo vende a través de Internet. En cifras exactas, entre el 16 de marzo y el 21 de junio, Electrocosto sumó 31.160 nuevos clientes, dato que no ha parado de crecer, ya que desde el inicio del estado de alarma hasta

Andalucía

elEconomista.es

ahora el número de compradores nuevos ha crecido hasta los 55.363.

“Lógicamente es una situación grave e inesperada y por lo tanto afecta a toda la sociedad en general, pero afortunadamente hemos sabido tener capacidad de adaptación y además al dedicarnos a la venta *online* no hemos tenido los inconvenientes de tener que cerrar las tiendas y hemos podido mantener la actividad, implantando todas las medidas de seguridad en la entrega de pedidos para nuestros clientes y trabajadores. También, por las circunstancias, ha sido una oportunidad para que nos conocieran muchas personas que no suelen comprar *online*, ya sea por desconocimiento o ciertas reticencias, y han comprobado que es una compra cómoda, sencilla y segura”, ha comentado a *elEconomista Andalucía* Diego Jurado, propietario de la firma.

Tras el *boom*, la empresa se enfrenta ahora a uno de los principales retos comerciales de este complicado año: el primer *Black Friday* de la era Covid. Un desafío que afrontan con el objetivo de consolidar a los clientes fieles y a aquellos que les conocieron durante el confinamiento, así como el de captar a nuevos compradores a través de los descuentos.



El confinamiento y el teletrabajo dispararon las visitas a la página web de Electrocosto

“Confiamos en que esos nuevos clientes y una buena campaña del *Black Friday* y de Navidades nos permitan cumplir los objetivos de facturación, pero es cierto que está siendo un año muy extraño por todas las circunstancias y que la situación laboral, económica y social hace que muchas personas se retraigan a la hora de hacer compras.”, ha apuntado el propietario de la compañía.

Durante la campaña de *Black Friday* de 2019, Electrocosto registró 50.000 visitas -el 60% de usuarios nuevos-, unos 800 pedidos y un *ticket* medio por cliente de más de 360 euros. Unas cifras que la compañía espera superar este año.

La empresa nació en 2013 con apenas cuatro empleados y en siete años de actividad ha logrado multiplicar su tamaño -ahora son 30-, su nivel de negocio y su posición en el mercado del comercio electrónico, situándose como una de las firmas de referencia en España. En cuanto a la facturación, el año pasado superó los 23 millones de euros y para este ejercicio estima un crecimiento del 20%, a pesar de la complicada situación de la economía nacional.



Diego Jurado, propietario de Electrocosto.

Una empresa andaluza de mediano tamaño que logra liderar el mercado enfrentándose día a día a la competencia de gigantes del *ecommerce* como Amazon con la atención al cliente como principal arma. “Competimos con precios más baratos, productos de alta calidad, marcas propias como *Nibels* y un servicio de atención al cliente impecable para que no solo confíen en nosotros, sino que lo vuelvan a hacer porque su experiencia de compra sea absolutamente satisfactoria”, ha explicado el dueño de la compañía.



La organización ha adaptado toda su programación al formato 'online'.

Extenda Global reunirá a 62 países en su edición más digital

La cita anual del comercio exterior de Andalucía se celebrará en formato 100% 'online' el próximo 11 y 12 de noviembre. Las empresas podrán realizar contactos y reuniones 'B2B'.

Marta Ramos. Fotos: EE

Extanda Global, la cita que cada año reúne a lo más destacado del comercio exterior de Andalucía, ha tenido que adaptarse a la nueva realidad creando un novedoso formato 100% digital. El encuentro, que se celebrará el 11 y 12 de noviembre, permitirá a las empresas concertar más de un millar de reuniones *B2B* con los representantes de la Red Exterior que Extenda tiene en 62 países.

Además, las entidades podrán celebrar reuniones *online* también con *partners* estratégicos que ofrecen servicios de apoyo a la internacionalización y participar de forma interactiva en un completo programa de conferencias, con ponentes de prestigio internacional, que abordarán las claves del comer-

cio internacional en momentos de especial trascendencia como la actual crisis sanitaria.

Las inscripciones para esta cita internacional están disponibles en la web de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (www.extendaglobal.es), donde las empresas pueden concertar reuniones y reservar su participación en las conferencias que les interesen.

Con los nuevos doce países incorporados, la Red Exterior de Extenda presta servicio a esos 62 mercados a través de 38 sedes distribuidas entre Oficinas y Antenas. En Europa llega hasta 20 mercados, en Asia cubre hasta 22 países, en América alberga 11 mercados y en África alcanza nueve estados. Todos estos mercados estarán disponibles para los participantes en Extenda Global.

Extenda organiza desde hace más de 15 años, y con diferentes fórmulas, este encuentro anual que se ha convertido en la cita de referencia para impulsar internacionalización de las empresas andaluzas. En la edición de 2019 participaron 1.600 profesionales de 789 empresas, que celebraron más de un millar de entrevistas con los responsables de los 56 países representados.

En esta edición, la más digital de su trayectoria, el encuentro alcanzará por primera vez los 62 países representados; todos en los que presta servicios la Red Exterior de Extenda, entidad de la Consejería



El evento congregó a más de 1.600 profesionales en 2019.

de la Presidencia, Administración Pública e Interior que organiza el evento; que cuenta también con la colaboración de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industrias, Servicios y Navegación.

El consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, ha animado a las firmas andaluzas a inscribirse y participar en esta cita que facilitará el trabajo de internacionalización que realiza el tejido empresarial andaluz, aprovechando la información y el conocimiento que posee la Red Exterior de Extenda.

“En Extenda creemos en la transformación digital y, además, trabajamos para que las restricciones que la pandemia impone a los movimientos internacionales no sean un freno para que las empresas andaluzas planifiquen y desarrollen su actividad internacional para el próximo año; por ello, en Extenda Global tendrán la oportunidad de conocer en solo 48 horas las oportunidades de negocio y la información estratégica de los mercados que le sean de interés, entre 62 países disponibles”, ha comentado Bernal.

Ante esta compleja situación de crisis sanitaria mundial que ha sacudido también al comercio internacional. Extenda Global 2020 se configura, como la cita estratégica de la internacionalización en Andalucía, en la que las empresas podrán planificar su estrategia hacia el exterior del próximo año,

con el máximo conocimiento de las circunstancias y oportunidades de cada mercado.

El objetivo de esta estrategia de apoyo y del mismo Extenda Global 2020 es reactivar la actividad internacional de las empresas andaluzas e incrementar la base exportadora, para que el sector exterior vuelva a ejercer de motor para sacar a la economía andaluza de la crisis derivada de la situación de pandemia internacional.

62

Países de la Red Extenda se darán cita en este encuentro de internacionalización empresarial

Desde el inicio de la crisis sanitaria, Extenda ha trabajado con el objetivo de minimizar el impacto que la cancelación o cambio de fechas de las citas internacionales ha supuesto para las empresas. Por ello, ha acelerado el proceso de transformación digital iniciada en su nueva etapa adaptando todos sus servicios al ámbito digital, acelerando un proceso iniciado en su nueva etapa para mejorar la eficacia de sus servicios hacia las firmas de la comunidad, a través de un enfoque orientado a desarrollo de mercado por medio de inteligencia de negocio y uso de *big data*. Información elaborada con la colaboración de Extenda.

Los gestores avisan del efecto de los ERTE en la Renta

En Andalucía aún quedan más de 85.000 empleados afectados por expedientes de regulación de empleo. Sevilla y Málaga son las provincias más afectadas.

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso

El empleo ha sido uno de los grandes afectados por la pandemia en Andalucía, como en el resto de España. El confinamiento y el freno económico desembocaron en un cese de la actividad en la mayoría de los sectores. Los ERTE sirvieron para paliar la compleja situación que atra-

vesaban la mayoría de las empresas, pero podrían provocar consecuencias negativas para los trabajadores a la hora de realizar su Declaración de la Renta.

El Colegio de Gestores Administrativos de Sevilla ha advertido a los afectados por ERTE que podrían enfrentarse a pagos de importantes cantidades económicas durante la próxima Declaración de la Renta. "Salvo que haya algún tipo de modificación legal, van a tener un problema", ha indicado a *elEconomista Andalucía* Javier Corral, presidente de la entidad colegial.

En este sentido, según ha explicado el representante de los gestores, se da la circunstancia de que hay trabajadores que nunca habían estado obligados a realizar la Declaración de la Renta y ahora al contar con dos pagadores en el mismo año, tendrán que realizarla. Además, el hecho de contar con esos dos pagadores aumenta considerablemente las posibilidades de que la resolución sea desfavorable para el trabajador afectado por ERTE y se vea obligado a pagar a Hacienda.



El Colegio de Gestores de Sevilla ha donado 12.500 kg de comida a la Fundación Banco de Alimentos.



Javier Corral, presidente del Colegio de Gestores Administrativos de Sevilla.

En Andalucía se efectuaron un total más de 97.000 ERTE durante el estado de alarma, lo que afectó a unas 470.000 personas, por lo que las realidades a las que se han enfrentado los gestores en estos meses son muy distintas.

“Nos encontramos situaciones de todo tipo, desde trabajadores en ERTE que estuvieron meses sin cobrar, hasta otros que cobraban por encima de la base de cotización y tendrán que devolverlo o incluso algunos que salieron del ERTE, pero han seguido cobrando, un dinero que también le será requerido”.

Para los trabajadores que han cobrado de más el consejo es claro, deben guardar todo el dinero que no les pertenezca porque les será requerido con total seguridad. En el resto de casos, los gestores recomiendan retener al máximo el IRPF en el sueldo durante los próximos meses o acudir a las bonificaciones por planes de pensiones.

“No hay ninguna excepción de la Declaración Renta prevista para los afectados por ERTE, y sería la única forma de solucionarlo. Debería haber ayudas porque no son prestaciones por desempleo habituales tienen otra connotación, esto es una situación sobrevenida que los afectados no han buscado”, ha comentado el presidente del Colegio de Gestores.

Siete meses después del inicio de la crisis sanitaria, el 80% de los trabajadores afectados por ERTE en Andalucía ha vuelto a su puesto de trabajo, pero aún quedan alrededor de 85.000 empleados que no han recuperado su trabajo, principalmente en los sectores del turismo y la hostelería, los más afectados por la pandemia. Las provincias de Málaga y Sevilla acumulan en conjunto más del 50% de las empresas que todavía no han logrado recuperar su actividad y, por lo tanto, siguen en ERTE.

“La impresión que tenemos es que todas las empresas que siguen en ERTE están a un pasito del ERE

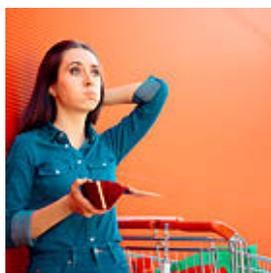
■ **“Las empresas que aún no han salido del ERTE están a un paso de convertirse en ERE”**

porque estamos hablando de que se han prolongado durante más de seis meses. Son entidades que están en una situación muy complicada”, ha advertido el portavoz de los gestores.

Meses complejos para el Colegio de Gestores que no solo no cesó su actividad, sino que incrementó sus herramientas para atender las necesidades de todos sus colegiados. “Nosotros tuvimos claro desde el principio que teníamos que seguir a disposición del colegiado, no hicimos ERTE, estas situaciones son en las que tenemos que estar. Hemos reforzado los contenidos telemáticos y trabajamos con la administración para que se faciliten los trámites, tanto para las empresas como para los trabajadores, ha señalado Corral.

Además, el Colegio ha centrado su obra social este año en ayudar a los afectados por la crisis derivada de la pandemia. Concretamente, ha entregado a la Fundación Banco de Alimentos de Sevilla 12.500 kilos de alimentos para contribuir a la atención de las 50.000 personas beneficiarias, a través de las 300 entidades colaboradoras. “El Banco de Alimentos atiende a diario las necesidades alimentarias de numerosas familias que están pasando por un mal momento económico y es fundamental que tengan el apoyo de todos para poder seguir haciéndolo, por eso hemos querido aportar nuestro granito de arena, ya que es encomiable la labor que realizan sus trabajadores, voluntarios, donantes, entidades y fundaciones colaboradoras”, ha concluido.

Economía social

Andalucía registra una tasa de pobreza del 14%, la más alta de España

Los datos de 2019 arrojan que más de tres millones de personas se encuentran aún en riesgo de pobreza o exclusión, siendo las situaciones más extremas las que se han visto más afectadas, de modo que la tasa de pobreza severa en Andalucía es actualmente del 14,7%, cifra que es 5,5 puntos más elevada que la media nacional y la más alta de todas las comunidades autónomas. Unos datos que previsiblemente aumentarán con la pandemia.

Estas son algunas de las cifras que se desprenden del informe *El estado de la pobreza en España*, publicado por la Red Andaluza de Lucha Contra la Pobreza y la Exclusión Social (EAPN-A). Por otro lado, el informe indica que la renta media se ha reducido en Andalucía en 222 euros (-1,6 %) situándose en 2019 en 13.755 euros por unidad de consumo, lo que supone 9.160 euros por persona, también de las más bajas de España.

Turismo

EasyJet elige Málaga para abrir su tercera base de España en 2021

La aerolínea de bajo coste británica EasyJet ha anunciado este mes que en la primavera de 2021 abrirá en Málaga su tercera base de operaciones de España, que será equipada con tres aviones A320 con capacidad para transportar 156 pasajeros. La decisión de la compañía, que establecerá otra base en Faro (Portugal), supondrá la creación de alrededor de 100 puestos de trabajo directos para pilotos y tripulación.

Desde la compañía aseguran que Málaga es uno de sus destinos estratégicos de verano. Desde el inicio de las operaciones en la ciudad en 1999, la aerolínea ha transportado más de 36 millones de pasajeros, lo que sitúa a la ciudad entre los destinos favoritos de la red de EasyJet. Actualmente EasyJet vuela a Málaga desde 18 aeropuertos europeos y en 2019, transportó 2,5 millones de pasajeros desde y hacia la ciudad.

Comunicación

La sevillana Galgus se alía con Telefónica para conectar la España rural

Telefónica Empresas ha llegado a un acuerdo con Galgus, compañía sevillana especializada en investigación y desarrollo de tecnologías de redes inalámbricas, para conectar a través de redes wifi a unos 250.000 residentes de cerca de una treintena de localidades pertenecientes a Andalucía, Aragón, Asturias, Islas Baleares, Castilla y León, Extremadura y Galicia. Esta iniciativa se encuadra en la IV edición del programa WiFi4EU de la Comisión Europea,

cuyo objetivo es reducir la brecha digital en aquellos municipios que estén más alejados de los centros urbanos y, por ende, puedan tener una peor conectividad. Para llevarlo a cabo, se otorga unos bonos de 15.000 euros a cada ayuntamiento para que mejore las redes que tiene o despliegue una nueva. En las cuatro convocatorias de esta iniciativa, que se inició en el 2018, se han desembolsado hasta la fecha unos 120 millones de euros.

Comercio

Kronos abre WAY Dos Hermanas tras una inversión de 65 millones

Kronos Properties, la división de activos inmobiliarios en rentabilidad del grupo inversor Kronos, ha inaugurado este mes el centro comercial WAY Dos Hermanas (Sevilla), tras una inversión de 65 millones de euros que ha generado 700 empleos directos. "Estamos muy contentos de poder dar la bienvenida al público a un espacio que estamos seguros de que en poco tiempo se convertirá en el punto de encuentro de referencia en la ciudad" ha comen-

tado Martín Burgo, gerente de WAY Dos Hermanas. Por otro lado, Pablo Párraga, managing director retail de Kronos, ha explicado que este proyecto se inserta en uno más amplio, ya que, el grupo ha creado bajo la marca WAY un nuevo modelo de centros comerciales de nueva generación centrados en la innovación, el diseño y la sostenibilidad. Las instalaciones cuentan con 48.600 metros de superficie para tiendas, restaurantes, gimnasios y ocio.

DISFRUTE DE LAS REVISTAS DIGITALES

de **elEconomista**.es

Digital 4.0 | Factoría & Tecnología

elEconomista.es

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

Comunitat **Valenciana**

elEconomista.es

País Vasco

elEconomista.es

Andalucía

elEconomista.es

Transporte

elEconomista.es

Seguros

elEconomista.es

Inversión a fondo

elEconomista.es

Pensiones

elEconomista.es

Turismo

elEconomista.es

Alimentación y Gran Consumo

elEconomista.es

Buen Gobierno | Iuris&lex y RSC

elEconomista.es

Agua y Medio Ambiente

elEconomista.es

Capital Privado

elEconomista.es

Energía

elEconomista.es

Catalunya

elEconomista.es

Inmobiliaria

elEconomista.es

Agro

elEconomista.es

Sanidad

elEconomista.es

Disponibles en todos
los dispositivos
electrónicos

Puede **acceder y descargar** la revista gratuita desde su
dispositivo en <https://revistas.eleconomista.es/>





F. Ruso

El primer otoño sin tostones ni fiestas en Andalucía

El otoño está marcado en Andalucía por fiestas y encuentros en torno al Día de Todos los Santos. Tostones y celebraciones tradicionales a las que en los últimos años se había sumado con fuerza Halloween. Como todo en este 2020, el final de octubre será atípico y frío, por primera vez sin fiestas.