

# Andalucía

elEconomista.es

## UN AÑO DE PANDEMIA: UN MILLÓN DE PARADOS Y 20.000 EMPRESAS MENOS

Los empresarios urgen el avance de la  
vacunación para iniciar la recuperación

TURISMO

**COMIENZA LA SEMANA SANTA  
CON LOS HOTELES POR DEBAJO  
DEL 20% DE OCUPACIÓN**





En Portada | P4

## La pandemia se cobra el 5% del tejido empresarial andaluz

Andalucía hace balance del primer año e pandemia con 9.200 fallecidos, 20.000 empresas menos y más de un millón de parados.



Turismo | P16

## Andalucía inicia la Semana Santa con los hoteles al 20%

La disponibilidad de plazas aéreas a la región ha aumentado un 206%, Bélgica, Francia y Reino Unido son los principales emisores.

Industria | P19

## Atlantic Copper logra esquivar la pandemia y factura 1.776 millones

La compañía ha conseguido mantener su volumen de actividad gracias a la exportaciones que en 2020 han supuesto el 50% de sus ingresos con 892 millones de euros.

Internacionalización | P29

## BRANT vende sus productos fabricados en Sevilla en 40 países

La compañía ha crecido un 25% en los últimos años y prevé alcanzar los 30 millones de euros de facturación en 2025.



Entrevista | P9

## “Las empresas estamos agotadas, necesitamos estabilidad política para la recuperación”

Ana Alonso, presidenta de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME).



Innovación | P34

## Los andaluces comienzan a invertir en Bitcoins con Bitbase

La compañía catalana ha abierto en Sevilla y Málaga las primeras tiendas de Andalucía para comprar y vender criptomonedas.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña.

Director General Comercial: Juan Ramón Rodríguez. Director de Comunicación: 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.



## Andalucía no quiere tomar parte en el circo político y se queda en su oasis de estabilidad

**J**usto cuando se cumplía un año del inicio de la pandemia que se está cobrando miles de vidas, de empresas y de puestos de trabajo una moción de censura en Murcia hizo temblar la política a nivel nacional, provocando el adelanto electoral en la Comunidad de Madrid y la salida del Gobierno del vicepresidente, Pablo Iglesias. Los ecos de las turbulencias entre PP y Ciudadanos se han dejado sentir en todos los lugares donde gobiernan en coalición y como no podía ser menos, también en Andalucía.

El partido naranja, que casi sobrevivía por las comunidades autónomas y los ayuntamientos en los que también forma parte de los equipos de gobierno, se enfrenta ahora al primer gran examen en la Comunidad de Madrid en un clima convulso, tras lo sucedido en Murcia.

Una agitación política que desde el primer momento puso el foco de atención en Andalucía, donde el desacuerdo entre ambos partidos podía poner en riesgo el gobierno del cambio, que terminó con más de 40 años de mandato socialista. Vox, muleta de apoyo para la coalición andaluza PP-Ciudadanos, no tardó en reclamar un adelanto electoral. "A río revuelto ganancia de pescadores", que debieron pensar los de Abascal, sacando toda su artillería y activando el modo precampaña.

El fantasma del adelanto electoral rápidamente se extendió por la región, obligando al presidente de la Junta, Juanma Moreno, y al vicepresidente, Juan Marín, a asegurar públicamente que su coalición es firme y resistirá a las convulsiones. No quiere tomar parte Andalucía en el circo político nacional, aunque a veces parece que se monta el suyo propio.

"Andalucía es un oasis de estabilidad" se aferraban en defender tanto el propio presidente como otros cargos del PP cada vez que le preguntaban los medios de comunicación en sus exposiciones públicas. Una firmeza plasmada incluso en un acuerdo firmado entre ambos partidos, en el que se comprometen a blindar su gobierno y agotar la legislatura que culminaría en diciembre de 2022, pero también un sello antitrasfuguismo para evitar el traspaso de cargos electos entre ambas formaciones.

Un clima convulso y agitado que ha disgustado tanto al tejido empresarial como a la ciudadanía en general. Ayudas, soluciones y una recuperación económica lo más rápida posible es lo que reclaman los andaluces tras doce largos meses de pandemia cumpliendo una a una todas las normas que se han ido marcando. Centrar todos los esfuerzos primero en superar la pandemia y después en salir de la crisis económica, eso es lo único que demanda una población agotada que exige que sus representantes políticos estén a la altura de las circunstancias.

■  
**PP y Ciudadanos firman un pacto para garantizar la estabilidad y agotar la legislatura que finaliza en diciembre de 2022**  
 ■



El turismo, un sector devastado. Álex Zea

# Un año de pandemia: un millón de parados y 20.000 empresas menos

La economía andaluza se contrajo un 11% en 2020, un punto más que durante los cinco años que duró la crisis económica de 2008. Los empresarios urgen el avance de la vacunación para alcanzar la inmunidad que permita iniciar la recuperación

Marta Ramos

**E**l balance del año de pandemia deja cifras muy negativas en Andalucía. A las más de 9.200 víctimas mortales y casi 500.000 contagios, se suman las duras consecuencias económicas que ha sufrido la región y que la convierten en una de las más afectadas de España.

En cifras concretas, la región ha perdido en estos 12 meses 20.000 empresas, lo que supone el 5%

del total de su tejido productivo. Además, en 2020 la economía andaluza se contrajo un 11%, por encima incluso de la anterior crisis económica (2008-2013) cuando la caída del PIB fue del 10%.

“Lo que caímos en cinco años hemos caído en uno, la preocupación de los empresarios es muy profunda. Encaramos los peores años de nuestra historia reciente”, comenta a *elEconomista Andalucía* el pre-



Andalucía ha perdido el 5% de su tejido empresarial. Fernando Ruso

presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara.

Como en el resto de España, los sectores no esenciales están siendo los grandes perjudicados de esta crisis. El turismo, uno de los motores de la economía andaluza, ha sufrido pérdidas millonarias en estos 12 meses. Las pernoctaciones se deslomaron casi un 80% en el conjunto del año y las agencias de viaje han perdido el 95% de su facturación, la mayoría de estas empresas continúa sin poder desarrollar su actividad.

“Debemos seguir apoyando a la industria turística, es un sector capital y creo que no se la ha ayudado como merece, sigue urgiendo un plan de rescate específico”, destaca el presidente de los empresarios andaluces.

La hostelería también acumula pérdidas importantes con una caída de la facturación del 60% y el cierre definitivo de casi el 25% de las empresas del sector. El comercio no esencial, el sector de la cultura y el espectáculo, el transporte de viajeros, el ocio nocturno e infantil o los centros deportivos y gimnasios son otros de los sectores que no han podido desarrollar su actividad con normalidad y que se ven afectados cuando se activan restricciones horarias o cierres temporales en los momentos más complejos.

“La lista es tremenda y corresponde a todo lo que no se estableció como esencial, que es un crite-

rio más político que real. La realidad es que ha habido muchas empresas que no han podido tener la recuperación económica que si han tenido otros sectores que han podido funcionar con relativa normalidad y que además lo han hecho excelentemente bien y con enorme compromiso en su desarrollo, como el sector agroalimentario, las farmacias, la logística, el transporte o los servicios financieros, pero otros desgraciadamente

# 195.340

Andaluces han perdido su empleo durante el primer año de pandemia

no han podido”, comenta el representante de la patronal.

Junto al cierre de empresas, el paro está siendo otra de las graves consecuencias económicas de la pandemia. En febrero de 2020 Andalucía registraba 806.764 desempleados, marcando así su mejor dato desde 2008. Justo un año después, la región cuenta con 1.002.104 desempleados, un 24,21% más. En total, la pandemia se ha cobrado hasta ahora el empleo de 195.340 andaluces.

Unas cifras que han devuelto a la región a los peores momentos de la crisis inmobiliaria de 2008 si-



Los sectores no esenciales, los principales afectados. Fernando Ruso / Álex Zea

tuando la tasa de desempleo de nuevo por encima del 20%. La situación empeora si se tienen en cuenta a las personas afectadas por Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), situación en la que se encuentran todavía más de 121.000 trabajadores.

### Baja el paro en el sector de la construcción

El pasado mes de febrero el paro volvió a subir en todos los sectores menos en la construcción, que logró bajarlo en 1.020 personas, convirtiéndose en una especie de oasis en medio del caos. El sector servicios lideró la subida con 6.169 nuevos parados, seguido de la Agricultura, con 5.420 más, el colectivo sin empleo anterior que sumó 3.271 y la industria que se incrementó en 578 desempleados más.

Por sexos, las mujeres siguen sufriendo peores consecuencias y acaparan 585.317 del total, frente a los 419.787 hombres.

"Son unas cifras muy duras, que necesitan que sigamos luchando por la recuperación, para eso ne-

cesitamos una estabilidad que todavía no hemos alcanzado. La crisis es transversal, se ha presentado sin libro de instrucciones, no es una crisis del sistema en sí, pero se puede convertir en una crisis estructural si no se adoptan las medidas necesarias", ha advertido González de Lara.

Los expertos apuntaban al segundo semestre del 2021 como el inicio de la recuperación económica, pero el lento ritmo de la vacunación está lastrando las previsiones.

"La mejor política económica es la vacunación, mientras no se universalice la vacunación va a ser difícil hacer previsiones y predicciones. Necesitamos que coja el ritmo que todos deseamos, la realidad es que estamos en un 4% de inmunización de la población, a ese ritmo no alcanzamos la recuperación económica este año. Hace unos meses se hablaba de la inmunidad de rebaño y a este ritmo no la conseguimos, vemos como Reino Unido o Israel van a velocidad de crucero y nosotros seguimos muy retrasados", subraya el presidente.



Más de 121.000 andaluces siguen en ERTE. Álex Zea

Una vacunación que marcará también la temporada turística veraniega, por lo que los empresarios insisten en la necesidad de aumentar el ritmo. "Tenemos que seguir insistiendo a los poderes públicos, a las distintas administraciones en que tienen que hacer un enorme esfuerzo para que la UE nos tenga en cuenta, porque se nos puede escapar la temporada turística del verano. Tenemos que lograr que aquellos que estén inmunizados puedan conseguir ese certificado o carné europeo de vacunación que nos podrá ayudar de manera parcial en el turismo para que puedan visitarnos el mayor número de personas posibles", añade González de Lara marcando el verano como un posible escenario del inicio de la recuperación económica.

Con el fin de facilitar esa recuperación y apoyar a los sectores más afectados, la Junta de Andalucía ha aprobado, con el respaldo de los empresarios y los sindicatos, un segundo plan de rescate dotado con 732 millones de euros.

"Es un acuerdo muy importante, un plan que busca el mantenimiento del empleo, la actividad económica y la protección social, que muestra el esfuerzo del Gobierno andaluz", apunta.

"La verdad que es un esfuerzo importante por parte del gobierno andaluz, lo hemos negociado con los sindicatos y con el propio gobierno. Lo que queremos es ayudar a los sectores más vulnerables, más castigados".

El acuerdo está dividido en tres bloques, por un lado, 14 líneas de ayudas al mantenimiento del empleo y la actividad económica, por importe de 585 millones para sectores más afectados y donde se han intentado abarcar el mayor número de actividades posibles. Cuenta con ayudas a los sectores del comercio y la hostelería, al ocio nocturno, infantil y parques de ocio, gimnasios, al sector cultural, a las agencias de viajes, a empresas de turismo activo y a hoteleros, casas rurales y complejos turísticos, entre otros sectores afectados.

Por otro lado, dispone de 107 millones para proteger a las personas más necesitadas y busca paliar la crisis social. En este punto, se incluye una pres-

### El lento avance de la vacunación lastra las previsiones de recuperación económica

tación extraordinaria para las familias más necesitadas, con 30 millones de euros, en línea con la renta mínima, que también se mantiene. Este apartado cuenta además con un complemento para trabajadores afectados por un ERTE que está dotado con 70 millones de euros.

Por último, el acuerdo contempla un tercer bloque que supone un plan de refuerzo, con 40 millones de euros, que supone 1.700 contrataciones en la Junta de Andalucía para dar respuesta al aluvión de solicitudes de ayudas y trámites que se esperan en los próximos meses.

En este sentido, el presidente de la Federación de Empresarios de Hostelería de Andalucía, Javier Frutos, lamentaba que estas ayudas llegaran "muy tarde". Un plan que tanto la Junta de Andalucía, como los sindicatos y los empresarios reconocen que no solucionará la maltrecha situación en la que la pandemia está dejando a la economía andaluza, pero supone un paso adelante hacia la recuperación y la reactivación, además de un impulso para las empresas que serán las encargadas de hacer crecer la economía en los próximos meses, que se estiman complejos.

## ANA ALONSO

Presidenta de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME).



*“Las empresas estamos agotadas, necesitamos estabilidad política para alcanzar la recuperación”*

La Federación Andaluza de Mujeres Empresarias lleva 21 años trabajando para poner en valor el tejido empresarial fememino y ahora tras un año de pandemia lucha para frenar el cierre de empresas y alcanzar la recuperación económica, para lo que su presidenta, Ana Alonso, asegura que será clave la estabilidad política en el país.

Por Marta Ramos Fotos: Fernando Ruso / iStock

**Marzo es el mes de la igualdad, ¿cuál es la situación en el sector empresarial andaluz, sigue habiendo desigualdades entre empresarios y empresarias?**

Las crisis, y esta es una tremenda crisis sanitaria y económica, lo que vienen a evidenciar es que cuando existen desequilibrios y disparidad, pues se agravan aún más. Se arrastra una cierta disparidad en el tejido empresarial masculino y femenino y la pan-

demia ha golpeado con más fuerzas a los sectores en los que las empresas de mujeres están más representadas. La crisis ha golpeado duramente al sector turístico, a la hostelería, al comercio y al ocio y las empresas de mujeres están representadas en su mayoría en esos sectores, por tanto, podríamos decir que el tejido empresarial femenino andaluz está sufriendo con especial virulencia la crisis. Además, tenemos otra gran

dificultad que es el tamaño de las empresas, las pequeñas y medianas son las que acaparan la mayoría del empresariado femenino y tienen menor capacidad para maniobrar. Si a todo esto le añadimos que las mujeres representan casi el 33% del empresariado autónomo, que también está sufriendo las duras consecuencias, pues nos encontramos con un escenario para prestarle mucha atención a las empresas de titularidad femenina.

#### **¿Cómo ha evolucionado el sector empresarial femenino en los últimos años?**

Ha tenido una magnífica evolución no solo por la consolidación de las empresarias que ya existían, sino porque existe un grandísimo potencial de emprendimiento en el tejido empresarial femenino. El tejido empresarial femenino ha crecido en número, en tamaño y en consolidación. Había unas expectativas de crecimiento y las sigue habiendo, las mujeres no han perdido el mús-

#### **¿Y cuáles son los principales retos que aún quedan por alcanzar?**

Los principales retos ya los teníamos, pero ahora nos los pone la crisis, hablo retos de crecimiento, de consolidación, de aumentar el PIB, reducir el desempleo... todo eso lo tienen por delante las empresas andaluzas en su conjunto. Yo tengo esperanza en la recuperación, a pesar de las duras dificultades que ha supuesto esta pandemia y lo que todavía nos queda. Recuperar el turismo, la hostelería, nuestro músculo, eso nos pone en una situación de mucho más esfuerzo para las empresas. Las ayudas directas a empresas llegan tarde, pero llegan a tiempo para que aquellas que tenían pensamiento de cerrar o no podían seguir con la asfíxia económica y financiera pues puedan continuar con su actividad, para que no se cierren más empresas y no se destruya más empleo. Yo entiendo que esto nos va a poner en la situación de seguir y de dar lo mejor de nosotras mismas, porque la recuperación es posible,

*“El tejido empresarial femenino está sufriendo con especial virulencia esta crisis”*



*“Las ayudas directas llegan tarde, pero a tiempo de evitar que se sigan cerrando empresas”*



culo emprendedor. Hay motivos de esperanza, cuando llegue la recuperación económica que se prevé no ya para este trimestre como se vaticinaban sino para el último o para el inicio del 2022, ese músculo servirá para sustituir a todas aquellas que lamentablemente se han perdido en el camino.

#### **¿Cuáles han sido los principales logros de FAME en sus 21 años de trayectoria?**

El principal logro precisamente ha sido ese, el de permanecer 20 años representando al tejido empresarial femenino andaluz. Además de crear presencia territorial y ofrecer acompañamiento para defender los legítimos derechos de las empresarias. También hemos logrado dar visibilidad al tejido empresarial femenino y una puesta en valor de la contribución que hacen las empresarias al desarrollo económico y social.

está cerca y ojalá que fuera rápida. Nuestros retos pasan por dar mucha más dedicación a las empresas pequeñas y medianas y aquellas que tienen mayor volatilidad como las del sector servicio. Esos son los retos que tenemos por delante seguir a pesar del desgaste económico y emocional. Además, recuperar las empresas que se han perdido y evitar que se sigan cerrando empresas.

#### **Las ayudas directas llegan tarde, ¿se han sentido las empresarias abandonadas por las administraciones?**

No exactamente abandonadas, ya sabemos que la Administración es lenta y reacciona tarde. Probablemente se deberían rodear de personas expertas, que hayan vivido la empresa más allá de estudios y méritos políticos, porque la empresa es una realidad dura. Convivir con nóminas y presiones fiscales y financieras es muy difícil. La Adminis-

tración en algunas cuestiones ha acertado y en otras no tanto, aunque es verdad que hay una cuestión que vivimos las empresarias en primera línea sobre todo durante el confinamiento, que es la conciliación.

**La pandemia también ha dejado en evidencia las carencias de ayudas para la conciliación. ¿Cómo ven desde FAME la situación en este sentido?**

Cuando tuvimos que confinarnos durante tanto tiempo, las pequeñas y medianas empresarias y las autónomas vimos como esa mentalidad que todavía existe en nuestra sociedad de que la economía del cuidado es nuestra y hablo de economía del cuidado porque así deberían de entenderla los gobiernos. Fue una sobrecarga tremenda, un reajuste de no poder comprar cuidados, de no poder mandar a los niños al colegio. Nos vimos confinadas, teletrabajando y con unas cargas familiares y de cuidado muy importantes que desde luego no se aten-

mercado y cuidar a las criaturas. Yo creo que hay que reformular, debería haber responsabilidades individuales de hombres y mujeres, responsabilidades políticas a la hora de dotar de infraestructuras y estudiar la manera de abordar el problema y responsabilidades de las empresas.

**Es un problema social, pero lo siguen sufriendo más las mujeres que los hombres y por ende las empresarias más que los empresarios.**

Está claro que sí, pero yo tengo el foco puesto en las soluciones y pasan por hacer ver a aquellas personas que tienen que tomar decisiones, cual es la dimensión del problema, que no es exclusivo de las empresas y tiene una dimensión económica. Cuando hablamos de cuestiones económicas y no de palabras pues nos cuesta tomar decisiones, porque lo que hacen falta son planes que recojan inversiones reales en conciliación y dejar las palabras a un lado.

*“La pandemia ha sido un aviso para reflexionar sobre el problema de la conciliación”*

*“Hacen falta planes políticos que recojan inversiones reales, no es un problema solo de las empresas”*



dieron como se debería haber hecho. Eso fue un aviso para reflexionar sobre estos asuntos.

**¿Sigue siendo una asignatura pendiente también en Andalucía?**

Sucede como en otros países, se habla mucho, de manera indiscriminada. La conciliación, que no es un problema de mujeres sino de la sociedad, surge cuando hay una incorporación de la mujer al mundo del conocimiento, al mercado laboral y al mundo empresarial ahí se evidencia que como hasta ahora nosotras habíamos sido las cuidadoras, poco valoradas socialmente y nada remuneradas económicamente pues la sociedad se encuentra con un problema. En lugar de atajar un problema social, político y económico como es la conciliación, pues lo que se hace es de decir que ellas concilien y tengan tres tareas: formarse, competir en el

**¿Cómo ha sido el trabajo de FAME en este año de pandemia?**

Está siendo agotador para las empresas, para las organizaciones empresariales y para la población en general. Emocionalmente es muy difícil enfrentarnos al cierre de empresas de veinte o treinta años de trayectoria que lo han perdido todo. Cerrar una empresa no es cambiar de coche o de casa, supone unos compromisos de personal, con las entidades financieras y con los impuestos. Cuando una empresa cierra es porque no puede más, hay una carga emocional que también hemos tenido que gestionar. Hemos estado dotando de información a velocidad de vértigo, lo que por la mañana era una noticia por la tarde ya no lo era, hemos acercado los recursos que se iban ofreciendo y gestionando también el miedo de las personas que hay detrás de las empresas.

### Hablando ahora de política, ¿cómo valora FAME todo lo que está sucediendo con el PP y Cs?

No es asumible la situación. Este país como el resto del mundo está sufriendo mucho y nos queda mucho para recuperarnos. En las familias y en las empresas el único foco y la única preocupación que hay ahora mismo es recuperarnos de la pandemia. Primero recuperarnos de lo que supone tener un virus aún activo del que no estamos inmunizados, la salud, la economía el desempleo, ese es el foco y quien no quiera verlo así es que está fuera de la realidad. Creo que lo que está ocurriendo y me refiero a todos los partidos, no es de recibo. Que no estén todos los esfuerzos en recuperarnos de esta pandemia, en recuperar empresas y empleo. No puedo aprobar que en estos momentos el debate sea ese enfrentamiento, ese ruido, nos sentimos desprotegidos.

### ¿Cree que se puede dar un escenario similar al de Madrid en Andalucía? ¿Qué supon-

Hemos sido un país ejemplar, los sanitarios, el ejército, al policía, la ciudadanía. Nos dijeron lo que teníamos que hacer y lo hicimos, las empresas estamos en una situación muy delicada, algunas de ellas extrema, y no nos merecemos este circo.

### Para terminar, ¿qué previsiones maneja FAME para este 2021?, ¿será el año del inicio de la recuperación económica?

Sin vacunas y sin inmunidad no va a haber recuperación económica, por tanto es ahí donde tienen que estar puestos los esfuerzos. Yo tengo la esperanza de que alcanzaremos ese 70% de inmunidad pronto, acabado este año la población podría estar vacunada y eso es una tranquilidad tremenda para la recuperación económica. Ponemos el foco en esa recuperación no ya para el primer trimestre como algunos expertos como la Comisión Europea y el Banco de España vaticinaban, incluso en el segundo semestre será lenta o modera-

*“La inestabilidad política no lleva a la estabilidad económica, a las empresas los escenarios de turbulencias nos sobrepasan”*



*“De momento en Andalucía no hay motivos para la alarma, parece que hay cierta calma”*



### dría un adelanto electoral

Parece que en principio no va a afectar a Andalucía, parece que hay una calma. No es deseable la inestabilidad para la recuperación económica. Necesitamos confianza y seguridad, que la política funcione, que se ocupe de la ciudadanía y no de otra cosa. De momento en Andalucía no hay motivos de alarma, esperemos que no, porque la inestabilidad política no lleva a la estabilidad económica. Necesitamos estabilidad política para seguir avanzando, para seguir peleando, para reinvertir, para recuperar. A las empresas los escenarios de turbulencias nos sobrepasan y más en una situación como la que estamos que es extrema. Las empresas y los ciudadanos estamos agotados y necesitamos estabilidad y estímulo.

### ¿La política no está a la altura de las circunstancias?

da, pero tengo la confianza de que en el 2022 si se hacen bien las cuestiones políticas, las tareas económicas y financieras y si las medidas vienen a oxigenar se tratan rápido, pues podrá haber una recuperación rápida. Prestando ayuda y atención a las empresas que son la solución al problema económico. No va a haber otra solución tras la vacuna que no sea la creación de riquezas y empleo por parte de las empresas, hay que mirarlas para que lleguemos todos a buen puerto. Desde FAME ponemos el foco en la vacunación, en la inmunidad y en la recuperación económica con esas ayudas y esa flexibilidad que tiene que haber también por parte de las entidades financieras en la reestructuración de deudas y en la morosidad que se está produciendo. Yo creo que podemos tener una recuperación más que aceptable en 2022.

**José León**

Técnico de Seguimiento Económico de Proyectos  
en Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA)

## Tiempo de oportunidades

Los acontecimientos acaecidos en el último año han supuesto una auténtica tragedia. Dejando claro este aspecto para no parecer frívolo, permítanme que, referido al momento económico, recuerde una cita célebre: “Un optimista ve una oportunidad en toda calamidad, un pesimista ve una calamidad en toda oportunidad”. La forma en que se está abordando esta crisis desde diferentes administraciones, con políticas expansivas frente a medidas de austeridad, es una oportunidad para abordar la modernización de la economía andaluza.

Por un lado, la Junta de Andalucía ha creado tres fondos de capital riesgo dotados con más de 50 millones de euros y centrados en apoyar pymes en fase semilla o de expansión temprana a través de capital y préstamos participativos. Por otra parte, el Gobierno de España aprobó el 12 de marzo la movilización de 11.000 millones de euros en ayudas a empresas afectadas por la crisis Covid-19. Y, por último, destaca el Fondo Next Generation, lanzado por la UE para financiar proyectos de transformación digital, reindustrialización y uso de energías limpias. Por su dimensión (A España le corresponden 140.000 millones, equivalentes a un 11% de su PIB), supondrá una auténtica revolución. El modo en el que los fondos llegarán a las empresas aún está lleno de incertidumbre. Uno será a través de Pertes, proyectos liderados por grandes empresas que, aunque cuenten con participación de pymes, no supondrán el acceso general de éstas a los fondos. Se espera un incremento en la dotación de las habituales convocatorias (REINDUS, CDTI...) junto con la creación de otras nuevas. Los detalles comenzarán a desvelarse antes del 30 de abril, límite para presentar el plan de ejecución a la CE.

Frente a esta visión, tenemos la contraria. La globalización ha hecho que la competición económica sea una liga mundial. La gran empresa lo asumió hace tiempo, pero aún hay una gran parte de las pymes, mayoría del tejido productivo andaluz, que no han interiorizado esta idea. Así, la oportunidad puede tornar en amenaza. Si la mayoría de tus competidores acometen acciones de innovación y modernización, la consecuencia directa de no sumarse a este carro es una pérdida de competitividad. Nadie dice que sea fácil. Captar financiación y ejecutar proyectos sin planificación conducirá a una asignación inadecuada de recursos y a una pérdida de tiempo y dinero.

Desde CTA, ayudamos a empresas a alinear la estrategia de innovación a la estrategia empresarial para obtener los mejores resultados y estamos especializados en el asesoramiento a pymes innovadoras en la elaboración de Planes de Negocio y financieros robustos como herramienta para captar financiación pública y privada. Tras esta crisis, como en las anteriores, habrá compañías que refuercen su posición y otras que quedarán atrás. Cabe preguntarnos con que visión nos posicionamos y en CTA lo tenemos claro: somos optimistas y tenemos que aprovechar esta oportunidad.

## Recuperación

## La Junta lanza un plan de recuperación dotado con 732 millones



La Junta de Andalucía destinará un total de 732 millones dentro del Acuerdo Andaluz de Medidas Extraordinarias en el Marco de la Reactivación Económica y Social, que prevé un plan de refuerzo de la administración -de 40 millones- con más de 1.700 contrataciones, 107 millones para proteger a los más necesitados y paliar la crisis social y 585 millones de euros para los sectores más afectados por la crisis económica derivada de la pandemia del coronavirus. El acuerdo ha sido formado por el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, y los máximos representantes de CEA, Javier González de Lara; UGT-A, Carmen Castilla, y CCOO-A, Nuria López. Además, ha contado con la presencia del

vicepresidente de la Junta y consejero de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, Juan Marín, así como con diferentes consejeros del Gobierno andaluz. El acuerdo está dividido en tres bloques: 14 líneas de ayudas al mantenimiento del empleo y la actividad económica, por importe de 585 millones para sectores más afectados; 107 millones para proteger a las personas más necesitadas y buscar paliar la crisis social; y por último un plan de refuerzo, con 40 millones de euros, que supone 1.700 contrataciones en la Junta de Andalucía para "responder al aluvión de solicitudes y trámites que vienen". La junta se ha comprometido a cumplir los acuerdos en el menor tiempo posible.

## Política

## PP y Ciudadanos blindan la estabilidad del gobierno andaluz



El Gobierno andaluz de PP y Ciudadanos ha reaccionado a la tormenta política que se ha desatado en España con las rupturas en Murcia y Madrid exhibiendo unidad entre los dos partidos y garantizando la estabilidad de un ejecutivo que pretenden mantener hasta que acabe la legislatura, a finales de 2022. La imagen de esta "unidad" la han puesto el presidente, Juanma Moreno, y el vicepresidente, Juan Marín, escenificando en una comparecencia conjunta la "buena salud" que aseguran que tiene su gobierno y que desde las dos partes del Palacio de San Telmo se han esforzado en trasladar toda la jornada. "En Andalucía la coalición de Gobierno de

PP y Cs goza de una espléndida y robusta salud", ha dicho Moreno. "Sólo puedo reafirmar las palabras del presidente porque es realmente la realidad", ha secundado Marín en esta comparecencia conjunta. La situación que se vive en Murcia y Madrid no tendrá parangón en Andalucía, donde ambas partes están cómodas gobernando juntas: "Es un oasis de estabilidad", han indicado desde el Gobierno andaluz. El partido que sí ha movido ficha ha sido el socio parlamentario de PP y Cs, quien ha aprovechado la coyuntura para pedir elecciones anticipadas en Andalucía, algo que desde el Ejecutivo se descarta porque prevén agotar legislatura.

## Vacunación

## Andalucía pide al Gobierno un millón de vacunas de Janssen



La Junta de Andalucía ha reclamado al Gobierno central que a esta comunidad llegue un millón de los 5,5 millones de vacunas de Janssen contra el coronavirus que recibirá España en el segundo trimestre del año. Así lo ha reclamado el consejero de la Presidencia, Administración Pública e Interior y portavoz del Ejecutivo andaluz, Elías Bendodo, quien ha indicado que Andalucía tiene que recibir una cantidad de vacunas equivalente a su peso poblacional en el conjunto del Estado, lo que supondría un millón de esos 5,5 millones de la vacuna de Janssen. Ha manifestado que la Junta no va a permitir que a esta comunidad se le "regatee"

una sola dosis de esa vacuna de Janssen, después de que el Gobierno central sí le haya "regateado 471.000 vacunas" de Pfizer, Moderna y AstraZeneca. Para Bendodo, salvar el verano y el turismo depende en gran medida de ese millón de andaluces que podría estar inmunizado con la vacuna de Janssen, que consiste en una única dosis. Por otro lado, el consejero andaluz ha pedido al Gobierno central mayor control en los aeropuertos ante la llegada de viajeros procedentes del extranjero, de manera que quienes lleguen lo hagan con todas las garantías en cuanto al cumplimiento de las medidas de seguridad y con PCR negativa.

# Unicaja y Liberbank, sello final a un largo proceso de fusión bancaria

Los consejos de administración de ambas entidades se reúnen esta semana para dar luz verde a su fusión tras largos meses de negociaciones y un intento fallido. El actual presidente de Unicaja Banco, Manuel Azuaga, mantendrá sus funciones ejecutivas

Marta Ramos.



La fusión creará el quinto banco más importante del país. Alberto Martín

Tras largos meses de intensas negociaciones y con un primer intento fallido, Unicaja y Liberbank ya tienen fecha para sellar su fusión definitiva. Este miércoles, en plena Semana Santa los consejos de administración de ambas entidades se reunirán para dar luz verde al quinto banco más importante del país.

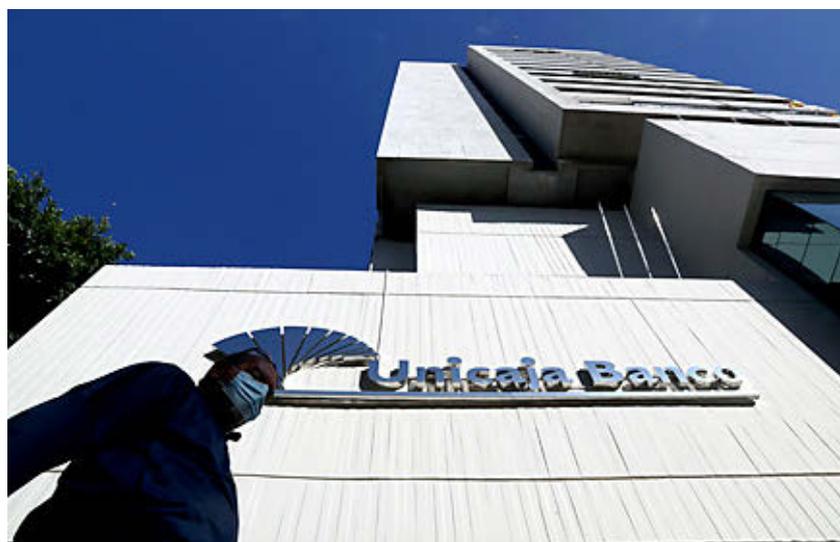
La junta extraordinaria de accionistas de Liberbank se celebrará en Madrid a las 10 de la mañana (con posibilidad de asistencia telemática) y la de Unicaja en Málaga a la misma hora, también con posibilidad de que los accionistas puedan participar a través de internet.

El orden del día de la junta extraordinaria de Liberbank recoge la aprobación de la fusión por absorción con Unicaja Banco, mientras que la junta de la sociedad absorbente también deberá dar su visto bueno a la renovación parcial del consejo de administración. En concreto, los accionistas de Unicaja Banco fijarán el número de miembros del consejo en 15 y nombrarán al actual consejero delegado de Liberbank, Manuel Menéndez, consejero ejecutivo.

En esta junta especial también está prevista la aprobación de los nombramientos como consejeros de Felipe Fernández Fernández (dominical), Ernesto Luis Tinajero Flores (dominical), David Vaamonde Juanatey (dominical), Jorge Delclaux Bravo (independiente), María Luisa Garaña Corces (independiente) y Manuel González Cid (independiente).

El actual presidente de Unicaja Banco, Manuel Azuaga, mantendrá sus funciones ejecutivas y presidirá el consejo de administración, mientras que Menéndez será nombrado consejero delegado.

Tras la fusión, el consejo de administración quedará integrado por 15 miembros. De los siete consejeros dominicales, cuatro procederán del consejo de Unicaja y tres del de Liberbank, mientras que de los seis consejeros independientes, cuatro procederán de Unicaja y dos de Liberbank. El resto de consejeros dominicales son Juan Fraile, Petra Mateos-Aparicio, Manuel Muela y Teresa Sáenz, mientras que los otros consejeros independientes son MaríaLui-



La entidad tendrá presencia en todo el país. Álex Zea

sa Arjonilla, Ana Bolado, Manuel Conthe y Manuel González. El 40% del total de miembros del nuevo consejo de administración serán independientes, mientras y las mujeres representarán un tercio del total de representantes.

Por otro lado, el actual presidente de Liberbank, el consejero independiente Pedro Rivero, podrá continuar vinculado al banco en funciones de representación cuando se ejecute la fusión.

Una vez que el próximo miércoles se obtenga la aprobación de los accionistas, la ejecución de la operación quedará sujeta a la obtención de las autorizaciones regulatorias preceptivas, lo que se prevé que suceda entre el segundo y el tercer trimestre del año.

Una vez que ambos consejos de administración den luz verde a la fusión, nacerá el quinto banco del sistema financiero español por volumen de activos, que contará con una amplia y diversificada presencia en el territorio nacional, siendo entidad de referencia en seis Comunidades Autónomas.

La entidad combinada estará presente en el 80% del territorio nacional, manteniendo su condición como entidad de referencia en Andalucía, Extremadura, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cantabria y Asturias, y con capacidad para competir en otros mercados como Madrid.

Atendiendo al tipo de canje establecido en el Proyecto Común de Fusión, los actuales accionistas de Unicaja Banco contarán con el 59,5% del capital, y los procedentes de Liberbank, el 40,5%. En virtud de esta operación, los accionistas de esta última entidad recibirán acciones ordinarias de nueva emisión de la primera, en la siguiente proporción: 1 acción de Unicaja Banco por cada 2,7705 acciones de Liberbank.

## Unicaja Banco pone en marcha un plan de prejubilaciones en plena fusión

Unicaja ha puesto en marcha un nuevo plan de prejubilaciones a partir de los 58 años para adelgazar la red, en plena fusión con Liberbank y con el objetivo ganar eficiencia. La entidad inició este nuevo proceso el pasado mes de septiembre, tan solo una semana antes de que ambos bancos anunciaran a la Comisión Nacional de Valores (CNMV) que habían iniciado los contactos preliminares para su

unión. El plan de salidas se ejecutará a lo largo de 2021 y 2022 y se ofrece a los empleados desde el 73% del salario neto. La entidad no ha hecho público el número de trabajadores que se sumarán a este plan, el 36% de la plantilla de la entidad tiene más de 50 años. El objetivo de la modalidad de salidas y siempre tras una negociación sindical, que las marchas sean lo menos traumáticas posibles.



La fusión supondrá el cierre de oficinas en zonas rurales. Nacho Martín

“La entidad combinada, que mantendrá la denominación Unicaja Banco y su sede social en Málaga, continuará con el objetivo de aportar valor a los accionistas, potenciando la rentabilidad, así como mejorar la oferta y calidad del servicio a los clientes, y seguir apoyando la recuperación económica del país, preservando como valores compartidos la cercanía y la vinculación con el territorio”, aseguran desde Unicaja Banco.

Intensos meses de negociaciones que terminan con la absorción de Liberbank por la andaluza, una operación que aunque será positiva para los clientes y depositantes de ambas entidades, supondrá el cierre de oficinas. Una situación de la que ya alertó la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) y que afectará principalmente a las zonas rurales, que vienen sufriendo desde hace años la huida de las entidades bancarias.



Málaga es la provincia más afectada por la ausencia de viajeros internacionales.

## Andalucía arranca la Semana Santa con los hoteles por debajo del 20%

Con las provincias cerradas perimetralmente, los empresarios dan por perdido el inicio de la temporada alta. La disponibilidad de asientos aéreos a la región ha aumentado un 206% con respecto al 2020, Bélgica, Francia y Reino Unido son los principales emisores

Marta Ramos. Fotos: Álex Zea

**L**a Semana Santa ha comenzado en Andalucía con importantes medidas de seguridad para controlar la pandemia, el cierre de la comunidad y la prohibición de los desplazamientos entre las ocho provincias deja el inicio de la temporada alta turística en manos casi exclusivamente de los viajeros internacionales, que apenas llegan, esto unido a la ausencia de procesiones ha dejado la ocupación hotelera por debajo del 20%

“La mejor Semana Santa que podemos tener es la que consiga retener la llegada de una cuarta ola. Habríamos deseado otro horizonte, pero no nos podemos permitir colapsar el sistema sanitario y arriesgar además la temporada de verano”, comenta a *elEconomista Andalucía* el consejero de Turismo, Juan Marín.

Ante la ausencia de viajeros, la mayor parte de los



Las plazas aéreas hacia Andalucía han crecido un 206%.

hoteles de la región ha decidido no abrir sus puertas en esta segunda Semana Santa atípica. La situación es generalizada en todas las provincias, aunque está experimentando cifras ligeramente mejores en las zonas de interior, gracias al turismo provincial.

Málaga es la provincia más golpeada por la ausencia de turistas internacionales, el 95% de los hoteles de la provincia que cerraron tras el verano aún no han abierto. La ocupación es mejor en el interior, y especialmente en los alojamientos rurales donde las reservas rozan el 35%.

En Huelva los hoteles ofrecen estos días unas 3.000 plazas disponibles, lo que supone apenas un 10% del total con las que cuenta la provincia. Situación similar se vive en Granada, donde el 95% de los hoteles de la Costa Tropical han decidido permanecer cerrados en primavera.

La situación se repite con cifras muy similares en Cádiz y Almería. A las que se suma Córdoba donde las reservas apenas llegan al 5%. En Jaén, con el 30% de los alojamientos abiertos, el sector confía en el turismo de naturaleza y en las reservas de última hora. En Sevilla, uno de los principales destinos turísticos en Semana Santa, solo están disponibles el 45% de las plazas hoteleras y las reservas apenas alcanzan un 15%.

La segunda Semana Santa sin turistas hace que los hoteleros den ya la primavera por perdida y centren sus esfuerzos en recuperar cifras en verano. "Si superamos este reto, podremos tener un verano que sea el inicio de la recuperación, con población va-



La mayoría de los hoteles no ha abierto en Semana Santa.

cunada, pasaportes sanitarios, fronteras abiertas y empresas que vuelvan a subir la persiana contratando personal con garantías de negocio", comenta el consejero.

En cuanto a los viajeros internacionales y según los datos de la Junta de Andalucía, la disponibilidad de asientos aéreos hacia la región ha aumentado un 206% con respecto a la Semana Santa del 2020, aunque hay que tener en cuenta que hace un año la mayoría de países emisores estaba en confinamiento estricto como España y el tráfico aéreo era casi inexistente. Bélgica, Francia y Reino Unido son los mercados que más reservas han realizado para pasar en Andalucía estas atípicas vacaciones de Semana Santa.



Macarena Gutiérrez, Carlos Ortiz y Sol Villar, directivos de Atlantic Copper, tras la presentación de los resultados.

## Atlantic Copper logra esquivar la pandemia y factura 1.776 millones

El complejo metalúrgico de Huelva ha conseguido mantener su volumen de actividad gracias a las exportaciones que en 2020 han supuesto el 50% de sus ingresos con 892 millones de euros. Los países mediterráneos y Asia son los principales mercados de la compañía

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso

La compañía metalúrgica onubense Atlantic Copper ha logrado sortear los vaivenes de la pandemia del Covid-19 y ha mantenido su nivel de actividad alcanzando una facturación de 1.776 millones de euros, cifra muy similar al 2019. La rápida capacidad de adaptación y una fuerte apuesta por las exportaciones han sido las principales armas de la empresa que ha procesado durante 2020 un total de 1.046.000 toneladas de concentrado de

cobre, lo que supone un 3% más que el año anterior y el quinto mejor registro de los últimos 25 años. En total la industria ha obtenido 275.000 toneladas de cátodos de cobre.

En este complicado 2020 también ha sido importante para la compañía la producción y venta de ácido sulfúrico, con la producción 1.077.000 toneladas de este producto que tiene aplicación en nume-



Presentación de los resultados de la compañía en su sede de Huelva.

rosos sectores industriales esenciales para la fabricación de abonos y fertilizantes, pigmentos o detergentes, entre otros muchos. Además, Atlantic Copper ha comercializado 629.000 toneladas de silicatos, 80.000 kilos de plata y 4.000 kilos de oro.

Las ventas en el comercio exterior han sido cruciales para la compañía en este atípico 2020, logrando amortiguar el desplome durante meses del mercado nacional. En concreto, las exportaciones han supuesto para Atlantic Copper unos ingresos de 892 millones de euros, la mitad de su facturación total.

### La compañía genera

**3.000 puestos de trabajo entre directos, indirectos e inducidos**

La empresa ha destinado a la exportación, especialmente a países mediterráneos (26%) y Asia (19%), manteniéndose a la cabeza en facturación en Andalucía y como líder de ventas al exterior.

El margen operativo de la compañía ha sido de 48 millones de euros, un 32% menor al obtenido en el ejercicio de 2019, como consecuencia de la reducción de los márgenes, tanto del cobre como del ácido sulfúrico, logrando un resultado neto de 7,2 millones de euros. A pesar de este descenso ha mantenido su impulso inversor destinando 26 millones

de euros a proyectos relacionados, principalmente, con tecnologías asociadas a una producción más eficiente, reducción del impacto medioambiental y con la Economía Circular.

Según los datos ofrecidos durante la presentación de los resultados, la actividad de Atlantic Copper generó en 2020 un importante dinamismo económico en Andalucía, con una aportación de unos 165 millones de euros y el mantenimiento de más 1.000 puestos de trabajo directos y unos 3.000 indirectos e inducidos. La actividad de la compañía le ha permitido mantener su relación directa con unas 850 empresas andaluzas, repartidas en proveedores y clientes.

“Ha sido un año muy difícil marcado por la pandemia. Sin embargo, hemos mantenido nuestra actividad esencial con un objetivo común: garantizar la seguridad de las personas y de las operaciones. El equipo humano de Atlantic Copper está demostrando una fortaleza y un grado de responsabilidad admirable. Hoy, nos prepararnos para un futuro, para un cambio de época, en el que ya se ha constatado que el cobre estará presente en todas las facetas de nuestras vidas. Queremos ser generadores del cambio y contribuir a la promoción de la Economía Circular”, comentaba Javier Targhetta, Consejero Delegado de Atlantic Copper. Tras sortear la pandemia en su 50 aniversario, la empresa sigue adelante con el reto de seguir liderando el mercado y continuar reduciendo el impacto medioambiental.

## El proyecto 'Circular' creará unos 300 empleos

Atlantic Copper viene realiendo una importante apuesta por la Economía Circular y el aprovechamiento integral de materias primas. En este sentido, la fundición procesó cerca de 22.000 toneladas de cobre reciclado en el 2020. Precisamente, la compañía inició el pasado año los estudios de ingeniería básica para la construcción de una planta de tecnología innovadora con capacidad de reciclar 60.000 toneladas al año de fracciones metálicas de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en desuso y recuperar, entre otros metales, cobre, oro, plata, platino, paladio, estaño, níquel, claves para la transición tecnológica, la descarbonización y las energías renovables. El innovador proyecto, denominado 'Circular' y declarado de interés estratégico por la Junta de Andalucía, creará 70 empleos directos y 280 indirectos e inducidos. “Queremos ser generadores del cambio y contribuir a la promoción de la Economía Circular, para ello hemos presentado ante el Ministerio de Industria varios proyectos orientados a los objetivos de sostenibilidad propuestos por la UE en el Pacto Verde, donde el cobre jugará un papel fundamental para sectores estratégicos como las energías renovables, el vehículo eléctrico o la electrificación de las ciudades”, comentaba Targhetta.

**Álvaro González Zafra**

Director general de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA)

## Tributo a la esencialidad

Cumplimos un año de la declaración del primer estado de alarma por la pandemia del Covid-19. Un año que jamás olvidaremos, que marcará nuestras vidas para siempre, y que ha afectado a todos los rincones de un planeta atónito y desconcertado ante un desconocido virus que alteró por completo nuestra existencia. Un año en el que hemos aprendido muchas cosas, pero sobre todo qué es esencial y que no. Lo recogió el BOE en el primer estado de alarma cuando, ante un confinamiento domiciliario, sólo quedó garantizado lo estrictamente esencial: sanidad, sociosanitario, farmacias, fuerzas y cuerpos de seguridad, cadena agroalimentaria y comercio de alimentación y productos de primera necesidad... Todos han sabido responder de manera ejemplar

El sector alimentario ha sabido dar una respuesta rápida, eficaz y segura. Un ejemplo de unión de los eslabones de la cadena, de implicación de los trabajadores y de capacidad de adaptación de las empresas en un contexto de máxima incertidumbre e inseguridad jurídica. Ello ha permitido garantizar el abastecimiento, siendo el país con menos rupturas de *stock* e interrupciones del suministro, y asegurar también las necesarias medidas de prevención en los centros, contribuyendo a la tranquilidad de los consumidores. Y lo más importante es que el ciudadano ha sabido agradecerlo y valorarlo. La cadena de valor agroalimentaria ha ganado en confianza por parte de los consumidores, opinión pública y Administraciones, que han reconocido en todos los ámbitos el papel estratégico y la excelente respuesta dada por trabajadores y empresas ante la pandemia.

Hemos aprendido a valorar lo que tenemos, una completa red de establecimientos de proximidad y logística que nos proveen de todo lo que necesitamos en nuestra vida diaria, haciendo posible el milagro de la distribución, que todas las mañanas tengamos todo lo que necesitamos a escasos metros de casa, incluso en momentos de máxima dificultad como los que estamos atravesando.

Para que el sector alimentario pueda seguir cumpliendo su misión, siendo además motor económico y de generación de empleo en una crisis sin precedentes, se hace necesaria su consideración de sector estratégico esencial con carácter permanente, como mejor forma para hacer frente con agilidad y eficacia a futuras situaciones excepcionales sanitarias o de cualquier otro tipo.

## Empresas

**Los empresarios del sur apuestan por aunar fuerzas para salir de la crisis**

Los más de 250 empresarios que integran la Asociación de Empresarios de Sur de España CESUR han participado este en la VI Asamblea General de Socios que ha ratificado el nombramiento de Juan Francisco Iturri como nuevo presidente, en sustitución de Ricardo Pumar, quien cede el testigo después de tres años de mandato. Durante 2020, el número de empresas asociadas a CESUR se ha incrementado en un 25%. En concreto, el número de em-

presas asociadas ascendió a 151, mientras que el número de socios empresarios superó los 250 miembros. "Las empresas del sur de España son conscientes que deben aunar fuerzas para salir juntas de la crisis económica que estamos viviendo. Solo remando en la misma dirección podemos hacer frente a las nefastas consecuencias económicas de la pandemia", comentaba el nuevo presidente durante la asamblea.

## Exportaciones

**Superávit comercial de 325 millones en las exportaciones andaluzas**

Las exportaciones de Andalucía alcanzaron en enero los 2.223 millones de euros, con un saldo positivo de la balanza comercial con el exterior de 325 millones de euros, fruto de la diferencia con los 1.898 millones que importó. Según los datos de la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Interior, este superávit comercial multiplica por 12 el registrado en enero de 2020, de 27,3 millones, y contrasta con el déficit comercial que presentó Espa-

ña en su conjunto en el primer mes de 2021, de 1.769 millones, con una tasa de cobertura del 93%, inferior hasta en 24 puntos a la andaluza, del 117%. La factura exportadora que presenta Andalucía en enero supone una bajada del 17,2% respecto al mismo mes de 2020, inducida por dos fenómenos que están afectando intensamente al comercio internacional: la covid-19 y el Brexit, lo que provoca una caída de las ventas andaluzas al país del 28%.

## Aeronáutica

**Luz verde a la Estrategia Aeroespacial de Andalucía 2027**

El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía ha aprobado este mes la Estrategia Aeroespacial de Andalucía 2027, instrumento de planificación, ejecución y evaluación de las actuaciones públicas para apoyar a este sector económico, gravemente afectado por la crisis derivada del Covid-19. Dicha estrategia, impulsada por la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, se financiará tanto con fondos pú-

blicos como privados. Plantea como objetivo una inversión de 572 millones de euros, de los que 293 millones serán fondos públicos y 279 serán de aportación privada. Según la Junta, la Estrategia nace de la voluntad de dotar a esta industria, motor de crecimiento económico y competitividad, de un instrumento de planificación por su carácter estratégico y su capacidad para promover la conversión hacia un nuevo modelo productivo.

## Vivienda

**Aedas Homes culmina en Sevilla su mayor promoción de España**

AEDAS Homes, una de las promotoras de referencia en el mercado de obra nueva en España, ha entregado este mes las viviendas del Edificio La Danza, la segunda promoción de su mayor proyecto residencial en España: Jardines Hacienda Rosario, en Sevilla, que acogerá más de 1.000 pisos repartidos en 7 edificios. La compañía asegura que ha cumplido con los plazos establecidos con los clientes a pesar de las especiales condiciones económicas y

sociales del último año, marcado por la pandemia del COVID-19. La finalización del proyecto y la llegada de los clientes reafirma a AEDAS Homes como una de las principales promotoras en Sevilla. Continuamos haciendo realidad proyectos que anunciamos cuando llegamos hace casi tres años, demostrando ser una empresa solvente y seria que cumple sus compromisos", afirma Juan Manuel Jiménez, gerente de Promociones de AEDAS Homes.



Concentración de trabajadores en la sede de Abengoa en Sevilla.

## La plantilla de Abengoa, inquieta ante la llegada del fondo TerraMar

Los trabajadores de la multinacional temen por la continuidad de sus empleos y piden el respaldo de la Junta de Andalucía. Los accionistas minoritarios de la compañía tampoco aprueban la operación de inyección de 200 millones de euros por parte del inversor americano

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso

La plantilla de Abengoa en Andalucía, que a principios de mes inició una campaña de movilizaciones para defender sus puestos de trabajo ante la incierta situación que atraviesa la multinacional, ha recibido con preocupación el anuncio de inyección de 200 millones de euros por parte del americano de inversión TerraMar para su rescate.

“A nosotros nos preocupa bastante, está cataloga-

do por muchas de las partes como fondo buitre y el miedo que tenemos es que ahora esto se salve, pero dentro de un corto o medio plazo la empresa se despiece, se venda y nos quedemos sin nuestros puestos de trabajo”, comenta a *elEconomista Andalucía* Laura Rodríguez, representante del Comité de Empresa de Abengoa Energía.

El único fin de la plantilla es conservar sus empleos



La plantilla asegura que seguirá luchando por los empleos.

y el principal temor es que esta inversión no sea una solución definitiva sino un arreglo temporal. “Esto es pan para hoy y hambre para mañana, ese es nuestro miedo, lo vemos con recelo. No sabemos cuál es el acuerdo no vinculante del que habla la empresa, ni conocemos cuál es la letra pequeña, tampoco nos han explicado cómo quedaría la compañía, lamenta la portavoz de los empleados.

Más de 2.500 trabajadores componen la plantilla de Abengoa en Andalucía, puestos de trabajo que quedan en situación incierta en las distintas operaciones que está llevando a cabo la compañía para lograr su rescate. “No nos han explicado nada, simplemente hemos recibido un mensaje del presidencia llamando a la tranquilidad, pero no ha sido nada tranquilizador”, comenta Rodríguez.

Las concentraciones comenzaron a principios de mes en la sede de Agengoa en Palmas Altas (Sevi-

lla), pero después se trasladaron hasta el Ayuntamiento de la ciudad, donde el alcalde, Juan Espadas, les mostró su apoyo y también al Palacio de San Telmo, para reivindicar el respaldo del Gobierno andaluz. “A nosotros nos interesa que la Junta también se ponga de nuestro lado, para ver si entre todos conseguimos ablandar los corazones para salvar el empleo de toda la plantilla”.

Los trabajadores no se rinden y aunque las pancartas de *Abengoa Solución* quedarán aparcadas hasta conocer las explicaciones pertinentes por parte de la dirección de la compañía, la plantilla asegura que seguirá adelante para defender todos los puestos de trabajo que están en riesgo.

Abengoa, que acumula una deuda de unos 6.000 millones de euros, presentaba a mediados de este mes un plan de reestructuración para tratar de aliviar su complicada situación financiera que albergaba entre otras medidas la solicitud de rescate a la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y la inyección de 200 millones de euros por parte del fondo TerraMar, que entraría en su capital con una aportación de 50 millones de euros y un préstamo de 150 millones de euros.

### Los trabajadores quieren contar con el respaldo de la Junta de Andalucía

Como los trabajadores, los accionistas críticos de la compañía, que controlan el 17% de su capital, tampoco se fían de la operación de TerraMar. Así, advierten que este fondo buitre acabaría controlando el 70% de Abenewco 1, donde se depositaron los activos más importantes de Abengoa.

Mientras la compañía tratar de garantizar su situación financiera, el Ayuntamiento de Sevilla insta a la Junta de Andalucía a que reaccione y los trabajadores esperan una explicación certera y una solución definitiva que evite el cierre de una de las empresas más importantes de la región y el despido de más de 2.000 profesionales.

“Somos un oasis de empresa en un desierto ya que en no existen ni en Andalucía ni en Sevilla este tipo de compañías tecnológicas. La situación es muy crítica si se la deja caer, se perderá mucho empleo cualificado de difícil reubicación en el tejido empresarial andaluz”, comentaba Francisco García, presidente del comité de empresa de Abenwco, durante la última manifestación. Unos trabajadores que se quieren hacer oír en medio de un conflicto empresarial y financiero, que ya ha trascendido también al ámbito político.

# El campo andaluz celebra el cese de los aranceles de EEUU

Los agricultores reclaman al Gobierno que trabaje en la UE para que la suspensión sea definitiva. COAG estima que harán falta dos campañas para recuperar las exportaciones

Marta Ramos. Fotos: Álex Zea

**E**l campo andaluz comenzaba el mes de marzo con buenas noticias, los agricultores acogían con optimismo y cautela el anuncio de la Comisión Europea de suspender todos los aranceles impuestos entre los Estados Unidos y la Unión Europea en las disputas de Airbus y Boeing por un período de cuatro meses. Un gravamen que ha dejado pérdidas en Andalucía que podrían alcanzar los 600 millones de euros.

“En una noticia muy positiva, es poco entendible que un conflicto entre la UE y EEUU se centre en castigar a sectores que nada tienen que ver con el origen del problema”, comenta a *elEconomista Andalucía* Miguel López, secretario general de COAG Andalucía.

El aceite de oliva y la aceituna de mesa eran los productos andaluces más afectados por los aranceles del 25% impuestos por el expresidente de EEUU, Donald Trump.



El olivar es el cultivo más afectado por los aranceles.



Andalucía es la principal exportadora de aceite de oliva.



Algunas empresas se dedican casi al 100% a la exportación.

“Es difícil cuantificar las pérdidas, pero hay estructuras productivas de transformación, como cooperativas que estaban haciendo este tipo de productos y que tenían una vocación exportadora casi al 100%. Son valores muy altos porque gran parte de la aceituna de mesa se trasladaba a este mercado, hay estructuras productivas privadas y cooperativas que se han visto muy dañadas”, comenta el representante de los agricultores.

EEUU se ha convertido en los últimos años en un mercado clave para el comercio exterior de las empresas andaluzas, ya que es el principal país importador de aceitunas de mesa. Los agricultores confían ahora en que la suspensión no se quede en el periodo anunciado y sea definitiva, para lo que piden al Gobierno que negocie con la UE.

“No hemos entendido nunca porque se tiene que castigar a un sector primario que nada tiene que ver con esto, provocando importantes daños económicos. Esperamos que no sea algo provisional y se convierta en definitivo. La UE puede tomar medidas contra EEUU por otras cuestiones y nosotros vemos que esas guerras comerciales no llevan a ningún sitio”, señala López.

Las empresas de este sector clave en la economía Andaluza trabajan ahora en la reestructuración de sus estrategias comerciales internacionales con el fin de lograr ser competitivas en el mercado, frente a otros países exportadores como Italia o Grecia.

“Ahora todo se va reorientar, pero no es tan fácil, el mercado se compone de establecer compromisos y si no se esperaba que esto estuviese restablecido, pues nosotros estamos en una situación difícil para competir con otros mercados del mundo. Al cambiar la situación, va a mejorar nuestra posición y nuestra capacidad competitiva, ahora lo que hace falta es esperar a que todo se reorienta y que de alguna manera podamos recuperar la situación en la que nos encontrábamos cuando se

# 1.676

Millones de euros generaron las exportaciones andaluzas a EEUU el pasado 2020.

implantaron los aranceles”, explica. Los agricultores estiman que serán necesarias al menos dos campañas para poder recuperar el nivel de exportaciones que se venía registrando antes de la política arancelaria de Trump.

Según los datos de Extenda, el año pasado las exportaciones andaluzas hacia Estados Unidos alcanzaron los 1.676 millones de euros, registrando un superávit comercial con una tasa de cobertura del 105,8%. Estos datos posicionaron a Andalucía como tercera comunidad más exportadora hacia el país norteamericano.

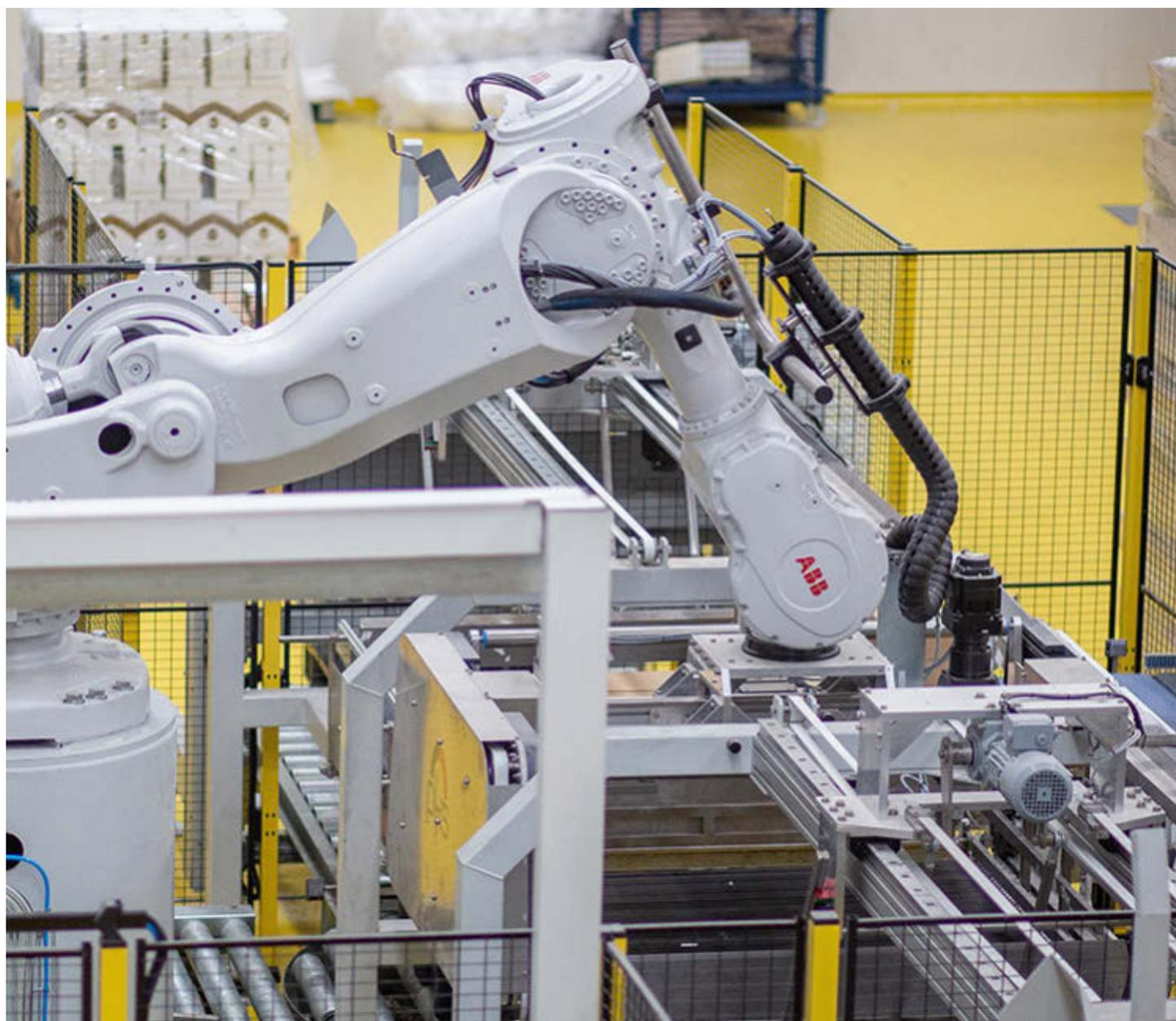
# Oleoestepa remonta y recupera los 100 millones de facturación

**La campaña ha dejado 31.000 toneladas de aceite de oliva y los precios han subido casi un 15%, a lo que se suma el levantamiento de aranceles de EEUU**

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso.

La campaña de aceite de oliva está siendo en Andalucía mejor que la anterior. Condiciones climatológicas más favorables y una subida de precios en origen que alcanza ya el 15%, a lo que además se ha sumado este mes el levantamiento temporal de los aranceles de EEUU. Una situación óptima que ha llevado a Oleoestepa a unas previsiones de crecimiento. La cooperativa de segundo grado sevillana estima volver a superar esta campaña los 100 millones de euros de facturación, tras haberse quedado en 84 en la de 2019/2020.

Los más de 6.500 agricultores que forman Oleoestepa han generado unas 31.000 toneladas de aceite de oliva virgen extra, cifra superior a la pasada campaña, pero aún por debajo de la producción media de la cooperativa que se sitúa en 35.000 tonela-



Oleoestepa ha generado unas 31.000 toneladas de aceite de oliva virgen extra.



Álvaro Olavarría, director gerente de Oleoestepa.

das. "Va a ser una campaña mejor que la del año pasado, pero queda muy por debajo de las producciones récord de años atrás. Aun así va a ser un buen año, hay más cantidad de aceite y los precios han subido", comenta a *elEconomista Andalucía* Álvaro Olavarría, director gerente de Oleoestepa.

Una buena campaña en un escenario óptimo para las exportaciones, aspecto clave para Oleoestepa que comercializa entre el 40% y el 50% de su producción en el mercado exterior, principalmente en Europa (Francia e Italia sobre todo), Asia (China y Japón) y Centroamérica.

"Es un buen año de exportación porque el mediterráneo tiene menos producción de aceite de oliva y eso favorece que España tenga un mayor protagonismo en el mercado internacional y además, el levantamiento de aranceles en EEUU favorecerá que el aceite de origen español pueda comercializarse

en un mercado tan importante como es el estadounidense y veamos además mayor demanda de otros países como Italia", comenta el director.

En este escenario el aceite andaluz recuperará su protagonismo y liderazgo mermeado en la campaña anterior por la mayor producción de países mediterráneos como Italia y Grecia. "Siempre hemos mantenido el liderazgo mundial, pero el año pasado los aranceles del 25% a los aceites de origen España y envasados para el mercado americano hicieron mucho daño. Las grandes industrias españolas adquirirían aceite de otros países para poder comercializarlo sin pagar estos aranceles, en el caso de Oleoestepa, tenemos aceite de origen con Denominación de Origen Estepa, por lo que no había forma de esquivar los aranceles", comenta.

Los olivares celebran el levantamiento de los

**Los más 6.500 olivares que forman Oleoestepa han generado 31.000 toneladas de aceite**

aranceles y confían en que las negociaciones de la UE logren que sea definitivo y no temporal como se ha planteado inicialmente. "No quisiera pensar que transcurridos cuatro meses no haya una buena negociación política por la UE y las autoridades españolas para conseguir una solución definitiva. El daño es enorme, España ha perdido un 80% de sus ventas envasadas, así que eso no puede ser una situación transitoria sino definitiva", advierte Olavarría.

Uno de los proyectos más importantes de la compañía para este complejo 2021 es la puesta en marcha de una nueva bodega de aceite de oliva, una inversión de más de 6 millones para unas instalaciones que tendrán cabida para unos 15 millones de kilos. "Es una bodega logística que permitirá en años de grandes producciones del conjunto de las 18 cooperativas que forman Oleoestepa poder almacenar aceite si sobrepasamos la capacidad y también regular en caso de que tengamos que retirar producción", explica el director de Oleoestepa.

Grandes proyectos y un reto principal, fortalecer la marca Oleoestepa y hacer que esta insignia, creada en 1986 y referente a nivel internacional, sea también reconocida por los consumidores como un producto de alta calidad y una empresa comprometida con el medio ambiente.

Un compromiso medioambiental que pasa también por hacer más sostenibles las más de 60.000 hectáreas de olivar andaluz en las que se produce el aceite de Oleoestepa.



La compañía ha lanzado al mercado productos de alto valor añadido.

## La nutrición vegetal que Brandt fabrica en Sevilla llega a 40 países

La compañía ha crecido un 25% en los últimos cuatro años apostando por el valor añadido y la exportación de sus nuevos productos. Estima facturar unos 24 millones de euros este año y alcanzar los 30 millones en 2025

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso

**A**postar por productos innovadores de alto valor añadido y explorar nuevos mercados ha sido la clave de crecimiento de Brandt que ha logrado comercializar sus productos de nutrición y sanidad fabricados y tratados en Sevilla en más de 40 países.

Brandt Europe es la filial para el mercado EMEA (Europa, Oriente Medio y África) del líder agrícola nor-

teamericano Brandt y supone el resultado de la adquisición en 2016 de los activos de la antigua empresa Tragusa, con una experiencia de 20 años en el mercado.

Desde esa fecha la compañía ha crecido un 25%, pasando de los 18 millones de euros a los 24 millones que estiman alcanzar este año. En producción, la compañía ha pasado de unas 9.000 toneladas en



Manuel González, director general de Brandt Europe.

2016 a más de 16.000 que lanzaron al mercado en 2019. Al mismo ritmo han crecido las exportaciones, multiplicando por cuatro el número de países a los que llegan sus productos.

“Estamos en un proceso de expansión, entrando en nuevos países y desarrollando nuevos productos así como adaptándolos a las normativas de cada mercado. Hemos crecido en facturación, pero también a nivel técnico y profesional, al formar parte de una multinacional con productos propios y patentados. Hemos creado incluso un nuevo portfolio con productos de alto valor añadido”, explica a *elEconomista Andalucía* Manuel González, director general de Brandt Europe.

Actualmente, el 75% de sus ventas generales se produce en España y el 25% en el mercado exterior, pero en el caso de los nuevos productos el 85% se exporta y solo el 15% se queda en el mercado nacio-

nal. Estas cifras han llevado a que la facturación internacional se dispare pasando de un millón de euros en 2016 a los seis millones alcanzados el pasado ejercicio.

“Los nuevos productos por los que estamos apostando son elementos de nutrición y bioestimulantes con nuevas tecnologías que hacen que la planta crezca más con pequeñas cantidades de productos, lo que abarata los gastos y además tiene menor impacto ambiental, además también tenemos una parte de la gama que es ecológica”, comenta el director.

Los principales mercados de los productos que Brandt fabrica en su sede de Carmona son Sudáfrica, Turquía, Balcanes, países del este como Rusia o Ucrania e incluso Uzbekistan o Kazajistán, además del Norte de África y países europeos del mediterráneo como Italia o Grecia.

La compañía ha suscrito recientemente acuerdos para comercializar sus productos en Reino Unido y en Egipto y continúa explorando nuevos mercados. Para facilitar el crecimiento internacional Brandt cuenta con comerciales propios en Ucrania, Polonia, Turquía, Egipto e Italia.

### La compañía ha aumentado su plantilla y cuenta con 90 empleados

La plantilla de empleados ha crecido al mismo ritmo que lo ha hecho el volumen de negocio de la empresa, pasando de los 50 de 2016 a los 90 que actualmente forman Brandt Europe.

Tras cuatro años de crecimiento en los que casi ha logrado duplicar su nivel de producción, los planes de la compañía para los próximos ejercicios son seguir creciendo y lograr triplicar la venta de los nuevos productos que han lanzado al mercado, incidiendo principalmente en el comercio internacional.

Las previsiones de facturación también son ambiciosas, la empresa estima aumentarla en un millón de euros cada año, hasta llegar al 2025 con un nivel de ingresos que ronde entre los 27 y los 28 millones de euros y que se situaría en torno a los 30 millones en las estimaciones más optimistas.

Nutrición y sanidad vegetal, productos que se elaboran en Andalucía con el fin de hacer crecer las plantas de todo el mundo en condiciones óptimas y con un bajo impacto ambiental. Esa es la filosofía con la que Brandt llegó a la región, desde donde prevé seguir innovando y exportando a nuevos mercados internacionales.

## Ayudas

## La Junta anuncia ayudas por valor de tres millones para las cofradías



El presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, ha anunciado la tramitación de un decreto-ley de ayudas para la reactivación de los actos culturales promovidos por los Consejos de Hermandades durante este año, un total de tres millones de euros en ayudas que se concederán mediante concurrencia no competitiva, por orden de presentación y hasta agotar el dinero. El presidente ha incidido en el "compromiso firme" del gobierno andaluz con las

hermandades, a las que ha definido como "parte esencial" de la identidad de Andalucía, a la vez que ha recordado el apoyo económico que la Junta está dando a los actos culturales como es el relacionado con la restauración y documentación del patrimonio de arte sacro en Andalucía y de los que los principales beneficiarios están siendo las hermandades, pero también las congregaciones, parroquias y otras instituciones.

## Agroindustria

## La cooperativa Dcoop abre su propia tienda en la plataforma Amazon



Dcoop acaba de lanzar una tienda propia dentro de Amazon, la mayor plataforma de comercio electrónico del mundo, en la que ya se puede adquirir una selección de sus productos. "La venta directa a través de Amazon permite llegar a un perfil de consumidor que, por los nuevos hábitos de consumo potenciados en los últimos meses dentro del contexto de la pandemia, prefiere llenar la cesta de la compra a través de internet. Además, a partir de ahora

los productos de Dcoop podrán llegar a cualquier hogar con la garantía y rapidez que ofrece una plataforma como Amazon", destacan desde la cooperativa. De momento en la plataforma se puede adquirir aceite de oliva virgen extra, aceitunas ecológicas y vino, aunque la idea es ir incrementando la oferta de manera progresiva. Dcoop es líder mundial en producción de aceite de oliva y aceitunas de mesa, así como en vino.

## Innovación

## Andalucía compra 75 robots para agilizar la tramitación de ayudas



La Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades ha adquirido un total de 35 robots para "afrentar con solvencia" el elevado volumen de solicitudes a trámite ante los paquetes de ayudas aprobados por la Junta, junto a los sindicatos CCOO-A y UGT-A y la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA). En concreto, este sistema robotizado agilizará la tramitación y la resolución de las ayudas de 3.000 eu-

ros destinadas a compensar las pérdidas del pequeño comercio, la artesanía y la hostelería como consecuencia del Covid-19. La Consejería prevé tramitar más de 60.000 ayudas, ofreciendo las debidas garantías exigidas en el proceso, minimizando los errores y asegurando la posterior recuperación de los fondos a través del proceso de verificación y certificación del gasto, y la inversión para la compra de estos robots ha sido de 78.000 euros.

## Exportaciones

## Extenda impulsa la internacionalización de los frutos rojos de Huelva

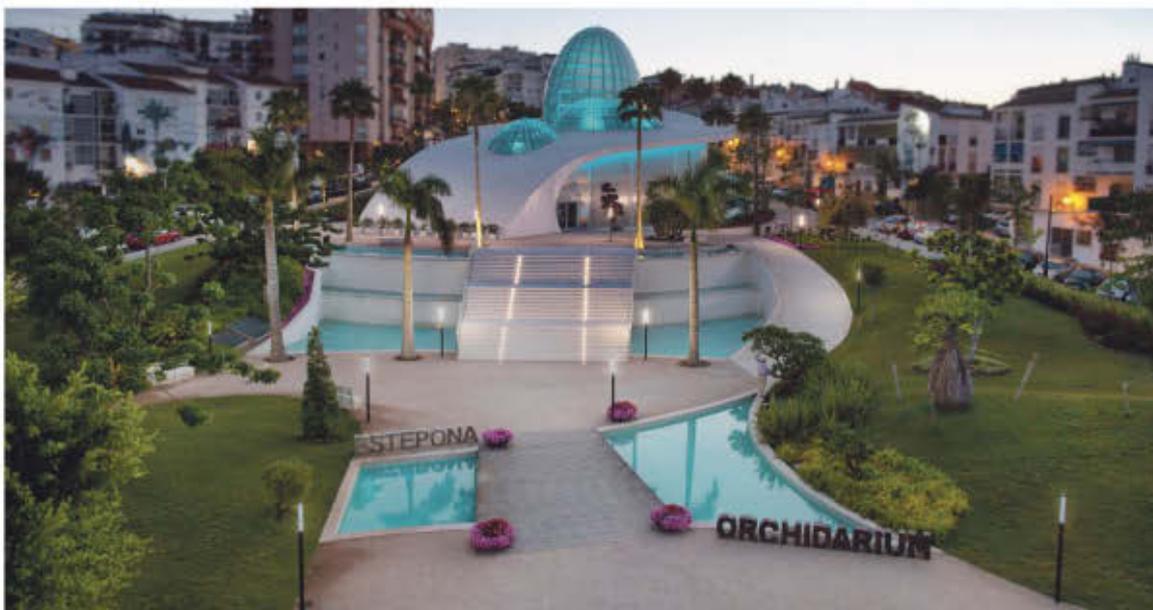


El consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, y el presidente de Freshuelva-Asociación Onubense de Productores y Exportadores de Fresa, Alberto Garrocho, han firmado un acuerdo de colaboración para impulsar la promoción internacional de los frutos rojos onubenses. Con esta rúbrica se persigue el objetivo de optimizar y coordinar sus respectivos recursos, programas y actividades, para potenciar la promoción internacional de un sector que Anda-

lucía lidera en España con exportaciones por valor de 1.208 millones de euros en el último año 2020. A través de esta alianza público-privada, ambas entidades compartirán información relacionada con empresas de su ámbito interesadas en el proceso de internacionalización, así como datos sobre el sector que puedan servir de base para el diseño de estrategias de internacionalización marquisistas o sectoriales.

# ESTEPONA

ACELERA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA CON MÁXIMO HISTÓRICO DE INVERSIÓN PÚBLICA



El Ayuntamiento de Estepona ha movilizado el mayor volúmen de inversión pública para **dinamizar la economía y contribuir a la gran transformación y modernización que vive la ciudad desde 2011.**

# La artesanía sacra, en peligro tras otro año sin procesiones

La cancelación de la Semana Santa agrava la crisis del sector formado por pequeñas empresas, algunas con más de dos siglos de historia

Marta Ramos. Fotos: Alex Zea

Las peores previsiones se cumplieron y Andalucía vive su segundo año sin Semana Santa. Las calles no están tan vacías como hace año, pero la postal nada tiene que ver con la de un Lunes Santo en cualquier ciudad o pueblo andaluz. El Cautivo no recorrerá hoy las calles de Málaga, ni Santa Marta las de Sevilla. Una situación que ha dejado sin poder trabajar a cientos de artesanos del sector cofrade, en su mayoría pequeñas empresas que dependen casi en exclusiva de la salida de las hermandades en procesión.

Imagineros, orfebres, escultores, talleres de bordados y de confección de túnicas, tallistas, cereros, y pequeñas tiendas de artículos religiosos son algunos de los artesanos que forman este gremio con siglos de historia que ahora se ve en peligro.



El sector está formado por pequeñas empresas de artesanos.

# Andalucía

elEconomista.es



Algunos comercios tienen más de un siglo de historia.



Las hermandades no realizan encargos.

“Nunca hemos vivido nada igual, durante la Guerra Civil aquí hubo hermandades que salieron a la calle, incluso con tiros salieron las procesiones. Los Hermanos venían con un trozo de cartón y con eso se les hacía un capirote”, cuenta a *elEconomista Andalucía* María del Río, propietaria de Antigua Casa Rodríguez, el negocio de artesanía sacro más antiguo de Sevilla y uno de los más longevos de España. Llevan desde 1.816 elaborando pelucas para las imágenes, túnicas, capirote y todo lo que necesitan las Hermandades y los nazarenos para sus Estaciones de Penitencia. Dos siglos de historia y en apenas un año de pandemia esta tienda ha perdido más del 70% de sus ventas.

“Nosotros dependemos de que las Hermandades estén en la calle, si no salen no vendemos. Han venido años mejores y peores, pero todo el mundo sacaba dinero para tener su capirote, aquí en Sevilla esta tradición la tenemos muy arraigada y por muy mala situación que tengan las familias, siempre sacan para poder salir en su procesión”, comenta la empresaria.

### Escasas posibilidades de reinención

Sin pasos en la calle los artesanos no trabajan, escasas posibilidades de reinención existen en este gremio, “el arte sacro sufre una crisis muy fuerte, hay algunos negocios que se pueden reventar, pero en este sector no es posible, no podemos hacer otra cosa”, señala.

El año pasado, la Semana Santa se suspendió apenas 20 días antes de su celebración, por lo que las empresas ya tenían casi listos los encargos par las Hermandades y Cofradías, pero este año la actividad ha sido prácticamente inexistente y el sector acarrea 12 meses sin ingresos y haciendo frente a los mismos gastos.



Los imagineros y tallistas son algunos de los gremios afectados.

Muchos artesanos han tenido que echar el cierre y otros se agarran a las prestaciones por cese de actividad para mantener la persiana abierta. Es el caso de Francisco José Segovia, propietario de Artesanía Cofrade, un taller malagueño que tras 20 años cosiendo túnicas, mesas de altar y trajes de monaguillo ha tenido que despedir a todos sus trabajadores.

“Esto es muy duro, para el ánimo y para la economía. El impacto económico es muy grande, no tenemos actividad ninguna, apenas entre el 1 y el 2%. Todo son pérdidas porque los gastos siguen siendo los mismos”, lamenta el empresario. Los artesanos miran ya al 2021 y se encomiendan a la vacuna para poder celebrar su Semana Santa.



La inversión media de los clientes andaluces en criptomonedas se sitúa en 1.000 euros.

## Los andaluces comienzan a invertir en criptomonedas con Bitbase

La compañía, con sede en Barcelona, ha abierto en Sevilla y Málaga las dos primeras tiendas de la región para comprar y vender bitcoin. La de la Costa del Sol es la cuarta del país que más operaciones ha realizado durante los primeros meses de actividad

Marta Ramos. Fotos: Alex Zea

Las criptomonedas han llegado para quedarse y con Bitbase se han convertido además en una realidad tangible que traspasa las fronteras de Internet. La compañía catalana ha abierto en Málaga y Sevilla las dos primeras tiendas de Andalucía en las que ya se puede comprar y vender bitcoins y otras criptomonedas de forma presencial y la tranquilidad de contar con asesoramiento de expertos en la materia.

El funcionamiento es sencillo, los clientes adquieren al instante criptomonedas que pueden pagar en efectivo, con tarjeta de crédito o con transferencia bancaria. Los mismos métodos por los que recibirán el dinero, si deciden venderlas. "Nosotros lo que hacemos es la entrada fácil para los usuarios que no tienen mucho conocimiento en este tema y aún no se atreven a adquirir criptomonedas a través de Internet, aquí están bien asesorados", co-



Bitbase cuenta con 16 tiendas y 20 cajeros repartidos por toda España.

menta a *elEconomista Andalucía* Alex Fernández, CEO de Bitbase.

La compañía abrió las tiendas de Málaga y Sevilla el pasado verano en un proceso de crecimiento que albergaba otros ocho puntos de ventas repartidos por el territorio nacional y la sede de la Costa del Sol ya es una de las que mejor funciona.

“A pesar de no haber casi nada de turismo ahora, la tienda de Málaga ha tenido una gran aceptación, creo que era una necesidad que la gente tenía”, comenta el directivo. En total, Bitbase cuenta con 16 puntos de venta y 20 cajeros en las principales ciudades del país y la tienda de Málaga se sitúa en cuarto lugar en número de operaciones solo por detrás de Madrid, Barcelona y Valencia.

Los andaluces como el resto de españoles, han comenzado a interesarse por invertir en bitcoin atraí-

dos por obtener una alta rentabilidad económica en un corto espacio de tiempo. Aunque desde la compañía advierten de los riesgos y de la inestabilidad del mercado. “Hay clientes que piensan que van a poner todos sus ahorros y van a ser ricos en un año y nosotros explicamos que eso no es así, siempre hay que meter un dinero que no se necesite, hay una alta volatilidad y un riesgo alto de perder, se debe invertir ese dinero que no se necesita en el día a día”, comenta Fernández.

Hace unos años los compradores de criptomonedas eran en su mayoría jóvenes ligados al mundo digital, pero a medida que ha aumentado el conocimiento, ha ido subiendo la edad de los inversores. Entre los clientes de las tiendas andaluzas hay un alto porcentaje comprendido entre los 40 y 50 años. La inversión media que se realiza en estos dos puntos se sitúa en torno a los 1.000 euros.

La rentabilidad económica de la inversión llega con el aumento de valor de las criptomonedas en el mercado, es decir los clientes las adquieren para después venderlas a un precio mayor.

“Es la oferta y la demanda, hay una cantidad limitada de bitcoins, lo podemos comparar con el oro. Es

### Bitbase mueve 5 millones de euros al mes con sus 16 tiendas repartidas por toda España

un aumento de valor, cada vez más gente quiere entrar y menos gente quiere vender, por eso sube el precio, si una persona compró bitcoins en diciembre a 20.000 euros y ahora los vende a 50.000 tiene ese 150% de beneficios”, indica el CEO.

Una alta rentabilidad que cada vez atrae a más inversores y que está generando importantes beneficios para las empresas emergentes que están apostando por este sector en auge. Las 16 tiendas que tiene Bitbase repartidas por todo el territorio nacional mueven cada mes alrededor de cinco millones de euros y dan empleo a unas 50 personas.

Un sector aún poco conocido, pero que pretende revolucionar el mundo financiero. “Las criptomonedas son el futuro de las finanzas, sin duda. Creemos que en los próximos años todas las finanzas y los pagos irán a través de criptomonedas”, estima el director de esta compañía que ha supuesto la llegada de la moneda digital a Andalucía.

Bitbase es una empresa emergente y sus grandes retos pasan por seguir expandiendo su red de cajeros, crear su propia moneda y lograr dar el salto al mercado internacional.



Entrega del cheque de la campaña al Banco de Alimentos de Sevilla.

## Green League recoge 1.200 kilos de residuos eléctricos en Andalucía

La iniciativa, puesta en marcha por la Fundación Ecolec para impulsar el reciclaje de aparatos electrónicos, alberga también una donación económica al Banco de Alimentos

Marta Ramos. Foto: Fernando Ruso

La Green League 2020, iniciativa para el fomento del correcto reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) en los centros de trabajo que promueve la Fundación Ecolec, ha recogido su tercera edición un total de 1.194 kilos de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) entre empresas e instituciones andaluzas.

“La campaña ha ido francamente bien, a pesar de la pandemia hemos incrementado la cantidad recogida en un 30% con respecto a la edición de 2019”, comenta a *elEconomista Andalucía* Rafael Serrano director de Relaciones Institucionales de la Fundación Ecolec.

El proyecto ha contado con la participación de 16 empresas e instituciones entre las que se encuen-

tran la Delegación del CSIC en Andalucía/Casa de la Ciencia; Celside Insurance; el cIC Cartuja; el Instituto de Biomedicina de Sevilla (IBIS); el Ayuntamiento de Huelva a través de Aguas de Huelva, Emlcodemsa y EMTUSA; la fundación Real Betis Balompié; SADECO, DCOOP y las empresas de servicios municipales del Ayuntamiento de Sevilla Emasesa, Lipasam y Tussam; y Turismo de Sevilla.

“A quien queremos llegar es a los empleados de estas entidades, a los ciudadanos como consumidores y usuarios de este tipo de productos y lo que queremos es ese teléfono móvil o ese secador abandonado en un cajón lo lleven a su centro de trabajo para su correcto reciclaje”, explica Serrano.

Durante esta edición Ecolec ha informado a más de 5.000 trabajadores en Andalucía y Cataluña, superando los 10.000 desde su inicio, y ha instalado 34 puntos de recogida de aparatos eléctricos o electrónicos en desuso.

La principal novedad de esta edición ha sido el compromiso de Ecolec para aportar la misma cantidad de comida a Bancos de Alimentos que el peso de residuos recogido durante la campaña, lo que en Andalucía ha supuesto una donación económica de 1.194 euros al Banco de Alimentos de Sevilla.

Una acción de responsabilidad social conjunta, de Ecolec y las empresas que se han sumado a ella, que aúna medio ambiente y solidaridad y que se transformará en 1.194 kilos de alimentos para las familias desfavorecidas de la provincia de Sevilla.

**30 de marzo**  
con **elEconomista.es**



**La guía del tejido  
productivo español**

Ranking elaborado por **INFORMA**



Álex Zea

### Andalucía sigue reivindicando igualdad real a pesar de la pandemia

Tras intensas semanas de debate público, el 8 de marzo las andaluzas volvieron a tomar las calles para reivindicar una igualdad real entre mujeres. Sin grandes concentraciones, con mascarillas y distancia de seguridad, las principales ciudades de la región acogieron actos reivindicativos para poner de relevancia las desigualdades que la pandemia ha agravado.