

Andalucía

elEconomista

Revista mensual

29 de diciembre de 2018 | Nº 48

Unicaja y Liberbank avanzan
hacia su fusión, prevista
para febrero | P24

Iluminaciones Ximénez decora
ya la Navidad en 40 países
de los cinco continentes | P40



Francisco Ferraro
Presidente del Observatorio
Económico de Andalucía (OEA)

“Hace falta un cambio de políticas
y no sólo de políticos” | P10

2018, AÑO DE GRANDES CAMBIOS POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y SOCIALES

El año deja un vuelco electoral, una crisis migratoria y la vuelta
a ser Región Objetivo 1 de la UE, entre otras cosas | P6

18. Turismo

Andalucía alcanzará los 30 millones de visitantes

La comunidad cumplirá con las previsiones a pesar de la caída de turismo internacional

20. Actualidad

Los 'chalecos amarillos' afectan a Almería

El bloqueo de los camiones de hortalizas en las carreteras francesas dejan pérdidas millonarias

24. Finanzas

Unicaja y Liberbank avanzan hacia su fusión

La entidad malagueña prevé cerrar la operación en el mes de febrero

38. RSC

Las fundaciones impulsan su labor social

Muchas empresas encauzan su Responsabilidad Social a través de estas entidades

Edita: Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente de Ecoprensa:** Alfonso de Salas
Vicepresidente: Gregorio Peña **Director Gerente:** Julio Gutiérrez
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
Director de 'elEconomista Andalucía': José Luis Losa **Diseño:** Pedro Vicente y Cristina Fernández **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega
Redacción: Marta Ramos y Eva Díaz

En Portada
Acaba el año que cambió la realidad de Andalucía

2018 pasa a la historia por el vuelco electoral, pero también por imágenes como la de los expresidentes de la Junta en el banquillo



6



30

Agricultura

La cosecha del aceite será de 1,5 millones de toneladas

El 80 por ciento de la producción andaluza de este oro líquido se venderá en el extranjero

Entrevista
Francisco Ferraro, presidente Observatorio Econ. Andalucía

"Esperamos que en Andalucía no haya solo un cambio de políticos, sino fundamentalmente de políticas"



10



40

Exportación

Iluminaciones Ximénez llega ya a los cinco continentes

La firma cordobesa de Puente Genil adorna la Navidad de ciudades en 40 países del mundo



El fin de una época llegó por sorpresa a Andalucía

El año 2018 pasará probablemente a la historia como el del fin de una época en Andalucía tras el inesperado vuelco electoral producido el pasado 2-D. Mientras las encuestas parecían indicar con claridad que Susana Díaz volvería a ganar con holgura y que sólo tendría que decidir si se apoyaba en Ciudadanos o en Adelante Andalucía para gobernar, los resultados en las urnas cambiaron completamente el panorama para constatar un hundimiento de los apoyos a las fuerzas de izquierda (PSOE y Adelante Andalucía perdieron casi 800.000 votos y 17 diputados) frente a un claro avance de Ciudadanos (300.000 votos más) y de Vox, un partido que hace apenas un mes solo soñaba con la posibilidad de entrar en el Parlamento andaluz y que finalmente ha conseguido 400.000 votos y ha obtenido hasta 12 diputados. Desde el 2 de diciembre, expertos, politólogos y tertulianos se afanan en buscar a posteriori las causas de este vuelco. Los hay que señalan al hartazgo de los andaluces tras 36 años con los socialistas al frente de la Junta de Andalucía, o a la personalidad de Susana Díaz, quien hace un año intentó saltar a Madrid para disputarle la Secretaría General del PSOE a Pedro Sánchez. Por contra,

otros analistas explican este derrumbe socialista en clave nacional, ya que se trataba de las primeras elecciones desde la moción de censura a Mariano Rajoy, con la llegada de Sánchez a la Moncloa y de Pablo Casado a la Presidencia del PP. En este caso, consideran que al PSOE le ha pasado factura su relación con los independentistas. Más complejo parece de analizar la enorme subida de un partido de ultraderecha como Vox en Andalucía. En cualquier caso, las urnas han constatado, por un lado, el fin de una era protagonizada por el socialismo en la comunidad; por otro una clara voluntad de cambio y, en tercer lugar, la necesidad de negociaciones, acuerdos y consensos en la nueva legislatura. Los cinco partidos con representación parlamentaria en el Pleno del antiguo Hospital de las Cinco Llagas (PSOE, PP, Ciudadanos, Adelante Andalucía y Vox) deberán buscar puntos de encuentro para que la nueva etapa política no se convierta en foco de inestabilidad que dificulte aún más los complejos momentos económicos que se vuelven a vivir. Y al nuevo Gobierno le corresponderá abrir las ventanas de la Junta y afrontar cuanto antes el principal problema de Andalucía desde hace 40 años: su inasumible tasa de desempleo.

Las urnas han constatado, por un lado, el fin de una era protagonizada por el socialismo; por otro, una clara voluntad de cambio, y, en tercer lugar, la necesidad de negociaciones, acuerdos y consensos en la nueva legislatura

Andalucía llora a Laura Luelmo y clama por las mujeres

El año 2018 fue el de grandes movilizaciones en el 8-M, y el de los testimonios del #MeToo y del #Cuéntalo en las redes sociales, pero terminó con una imagen que ha conternado a Andalucía y el resto del país: la joven maestra zamorana de 26 años Launa Luelmo, violada y asesinada en la localidad onubense de El Campillo, la mujer número 46 asesinada este año en España.





Ven a visitarla!



Ayuntamiento
de Estepona

www.estepona.es

2018, EL AÑO DEL CAMBIO POLÍTICO, ECONÓMICO Y SOCIAL

Para muchos, 2018 se recordará como el año del vuelco electoral en Andalucía, pero estos doce meses han dejado otros grandes cambios, como la crisis migratoria que ha traído a nuestras costas a casi 50.000 personas, y la constatación de que Andalucía no ha convergido y vuelve a ser declarada por parte de la UE Región Objetivo 1

JOSÉ LUIS LOSA





Rajoy felicita a Pedro Sánchez tras la moción de censura. EFE



Manuel Chaves, José Antonio Griñán y Gaspar Zarrías. EFE



Susana Díaz y Juanma Moreno en el Palacio de San Telmo. EFE



Peñón de Gibraltar. REUTERS

Pocos podrían imaginar hace apenas doce meses que Pedro Sánchez estaría hoy en el Palacio de la Moncloa como presidente del Gobierno en lugar de Mariano Rajoy. Y menos aún que Susana Díaz estaría en el Palacio de San Telmo haciendo las maletas tras un vuelco electoral que le lleva al PSOE perder la Junta de Andalucía tras 36 años gobernándola.

El sorprendente cambio político producido en los últimos meses en España sólo ha sido superado por el *shock* que han provocado en la región los resultados electorales del pasado 2 de diciembre, en los que el PSOE consiguió los peores datos de su historia, al caer hasta los 33 escaños (28 por ciento de votos) de los 109 del Parlamento. El otro partido de izquierdas, Adelante Andalucía, también retrocedió y consiguió sólo 17 escaños (Podemos e IU sumaban 20). En el caso contrario, Ciudadanos subía de 9 hasta 21 diputados, y se producía la entrada histórica de Vox en el Parlamento Andaluz con 12 escaños y casi 400.000 votos (10 por ciento del total). Esta



ISTOCK

circunstancia permite al PP arrebatarle la Junta al PSOE a pesar de que la candidatura de Juanma Moreno también sufrió una fuerte caída que le llevó a perder 7 diputados y quedarse con sólo 26.

Este cambio tiene tal trascendencia histórica que se ha convertido en el gran titular de un año que venía marcado por otro acontecimiento político-judicial excepcional: el juicio de la pieza política del caso ERE contra 21 ex altos cargos de la Junta que ha llevado al banquillo de los acusados a dos expresidentes andaluces que han dirigido la región durante 25 años, Manuel Chaves y José Antonio Griñán, así como a otros muchos conocidos responsables políticos, incluida la exministra Magdalena Álvarez. El juicio quedó la pasada semana visto para sentencia tras 152 sesiones durante más de un año en el que el tribunal ha oído a más de 120 testigos, nueve peritos y los acusados, que afrontan hasta ocho años de cárcel por prevaricación y malversación. Se les acusa de urdir un sistema "opaco e ilegal" para repartir 847 millones de euros durante una década a trabajadores

de empresas en crisis, mediante un procedimiento cuya legalidad debe sustanciar la sala. La línea de defensa de un juicio tan técnico y complicado se ha basado, de manera esencial, en el desconocimiento de lo que estaba sucediendo. Tanto Chaves como Griñán y el resto de los acusados lo han alegado. “Nunca conocí, nunca me reuní, nunca negocié, nunca vi, nunca actué y ningún miembro del Consejo de Gobierno pudo conocer”, señaló Griñán a lo largo de las siete horas que duró su interrogatorio. La otra línea de defensa ha sido señalar que las partidas presuntamente ilegales eran aprobadas año tras año por el Parlamento en los presupuestos de la comunidad. Por tanto, la pregunta era: ¿es posible que sea ilegal una ley emitida por el Parlamento?

A pesar de la catarata de testimonios de la defensa, la Fiscalía Anticorrupción mantuvo la petición de condena para Griñán de seis años de prisión y para Chaves de 10 de inhabilitación. La sentencia no se conocerá antes del verano. La macrocausa de los ERE no termina aquí y se mantendrá viva en otros 270 juicios, uno por cada ayuda presuntamente irregular, que se celebrarán en los próximos años.

Inmigración

Pero si a nivel político 2018 ha estado marcado por las elecciones y por el juicio de los ERE, a nivel social, el año pasará a la historia como el de mayor número de llegada de inmigrantes a las costas andaluzas. Casi 50.000 personas han alcanzado el litoral regional, casi todas en pateras, lo que supone triplicar los 17.614 de todo 2017, según las cifras dadas por la Delegación del Gobierno de España en Andalucía. La llegada de pequeñas embarcaciones ha sido constante durante todo el año, produciéndose escenas de contraste con los turistas que veraneaban las playas andaluzas.

La gravedad de la situación ha sido tal que el Gobierno andaluz ha hecho numerosos requerimientos al Gobierno central y a otras comunidades autónomas para que les ayuden en el reparto y asilo, especialmente de los menores extranjeros no acompañados (menas). Andalucía acoge más de la mitad de los 12.000 menores llegados a España.

El Gobierno central aprobó en octubre ayudas por 38 millones, de los que 25,5 vivieron a Andalucía para crear nuevas infraestructuras y para ayudas de urgencia. Sin embargo, son muchos los ayuntamientos andaluces que han denunciado su desamparo para atender a los inmigrantes con sus escasos medios, poniendo a disposición sus polideportivos y recursos de asistencia social ante la llegada de pateras.



F. RUÑO

Trump, contra las aceitunas negras

Una de las noticias negativas del año para Andalucía llegó desde California, donde la nueva Administración proteccionista de Donald Trump arremetió contra las exportaciones de aceitunas negras de la región, que tras un gran esfuerzo en los últimos años habían copado una cuota de mercado superior al 30% en EEUU. Tras la denuncia de varias empresas locales, las exportaciones andaluzas tienen que soportar unos aranceles cercanos al 35%, que han provocado ya este año una enorme caída de las ventas de un sector que cada año exportaba por valor de 70 millones al país norteamericano. Otra sorpresa llegó en agosto, cuando Dcoop, la mayor cooperativa de aceite de España, anunció un acuerdo para la compra de un 20% del capital de su competidora californiana Bell Carter Food, la firma que juntó a Musco Family Olive, impulsó el arancel. Bell Carter es la mayor empresa del sector en Estados Unidos y el acuerdo permite a la cooperativa de Antequera (Málaga) dar un fuerte impulso a su negocio en este país, con un acuerdo de suministro.

A nivel económico, 2018 se ha caracterizado por una ralentización del crecimiento que ha obligado a numerosos organismos oficiales a revisar a baja las expectativas para este año. Así, las principales previsiones macroeconómicas tanto para este año como para el próximo sitúan a Andalucía por debajo de la media nacional. Funcas pronostica que este año la economía andaluza crecerá un 2,5 por ciento, menos que la media nacional, y se desacelerará hasta el 2,1 por ciento en 2019, también peor que el promedio nacional. Las razones estriban en el peor comportamiento del sector servicios que en el resto de España y en la debilidad de su industria.

La constatación de que, tras diez años de crisis, Andalucía no solo no ha mantenido la convergencia con Europa sino que se ha ido quedando atrás, la confirmó el pasado mes de septiembre la propia Comisión Europea, que señaló que la Comunidad vuelve a ser considerada Región Objetivo 1, es decir, aquellas que no alcanzan el 75 por ciento de media del PIB de la UE. Eso supondrá la llegada de más fondos en el marco 2020-2027, pero también la constatación de que los más de 100.000 euros recibidos por Andalucía desde su entrada en la UE no han sido suficientes o no se han aprovechado bien, según se escuche al Gobierno de la Junta o a la oposición.

Frenazo turístico

Por sectores, 2018 ha constatado el frenazo en la llegada de turistas internacionales tras la recuperación de otros destinos de sol y playa del Mediterráneo (Turquía, Egipto, Túnez), y el crecimiento de Marruecos, si bien los visitantes nacionales han suplido esa caída y este año Andalucía superará los 30 millones de turistas. Las perspectivas del sector turístico para los próximos años siguen siendo buenas, como constatan la constante apertura de nuevos hoteles y, especialmente, viviendas turísticas.

Una de las imágenes del año en este ámbito ha sido la entrada de nuevos operadores en el sector del transporte que compiten con los tradicionales taxistas. Empresas de vehículo con conductor (VTC) como Uber o la española Cabify han desembarcado en ciudades turísticas como Málaga o Sevilla provocando una intensa respuesta del sector de taxi que sigue aún en el aire y que deberán regular ahora la Junta y los ayuntamientos.

Por otra parte, la turística Costa del Sol abandera el nuevo crecimiento del sector de la construcción, con numerosos proyectos por toda la zona, así como la reactivación de promociones en capitales como Málaga, Sevilla y Granada. Junto a ello, las grúas han vuelto a buena parte de las ciudades andaluzas, aunque de momento para obras de rehabilitación y conservación.

Un paro que sigue marcando la región

La herencia económica del año incluye un panorama laboral complicado, con una tasa de desempleo del 22,85%, ocho puntos por encima de la media nacional, lo que se traduce en casi 900.000 parados. Es decir, Andalucía concentra más del 27% de los parados del país cuando la población andaluza supone aproximadamente un 18% del total nacional. Incluso las estadísticas europeas sitúan a Andalucía como la séptima región europea con mayor tasa de desempleo. Y especialmente complicado para el futuro será el reto de devolver a la vida laboral a los más de 317.000 andaluces que, según la Encuesta de Población Activa, hace más de dos años que no trabajan. No es de extrañar por tanto que las cinco ciudades españolas con más paro pertenezcan a Andalucía, con Linares (39,04%), donde se produjeron masivas manifestaciones contra el paro hace un año, a la cabeza. Córdoba y varias ciudades de la provincia de Cádiz, como Sanlúcar de Barrameda, La Línea de la Concepción, Jerez de la Frontera o Chiclana de la Frontera también tienen tasas de paro superiores al 30%, duplicando la media nacional. Según el INE, Sanlúcar de Barrameda es la ciudad con menos renta de España, con 10.435 euros al año de media por unidad familiar. Además, un 31% de la población se encuentra en riesgo de pobreza.



F. RUÑO

Junto a la reactivación de algunos sectores económicos, una de las noticias positivas que ha dejado el año ha sido el interés de la empresa norteamericana Virgin por Andalucía para convertirla en centro de desarrollo y banco de pruebas de su proyecto de transporte futurista Hyperloop. La compañía firmó en agosto un acuerdo con el ministerio de Fomento para utilizar las instalaciones de 19.000 metros cuadrados que la empresa pública Adif cuenta en Bobadilla (Málaga) que actualmente están fuera de uso, lo que permitirá generar 250 puestos de trabajo directos y cientos de empleos indirectos. El proyecto cuenta con una inversión prevista de 500 millones de euros, 125 de ellos de incentivos públicos.

También Cádiz formará parte de la historia de este transporte ultrarrápido (1.200 kilómetros por hora), ya que la empresa Airtificial (antigua Carbures) ha realizado ya en su planta de El Puerto de Santa María el primer prototipo de cápsula, en la que podrán viajar entre 20 y 30 personas. Además, ha conseguido el contrato para realizar 5 kilómetros del tubo por el que debe transcurrir este nuevo transporte.



Francisco FERRARO

Presidente del Observatorio Económico de Andalucía (OEA)

JOSÉ LUIS LOSA

Este catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Sevilla ya jubilado no deja a nadie indiferente cuando, con datos en la mano, expresa sus críticas contra las políticas económicas del Gobierno socialista en la Junta de Andalucía e incluso contra la propia sociedad andaluza por determinados comportamientos tradicionales que le impiden avanzar.

El Observatorio Económico de Andalucía (OEA) presentó hace unas semanas un documento muy crítico con las políticas económicas de la Junta. ¿Cree que es hora de aplicar las recetas que lanzaban?

Claro que sí. Es el momento. Nosotros lo que observamos es que después de muchos años de autonomía, nosotros no convergemos en términos económicos, de empleo, de renta por habitante... y también hay otros indicadores que muestran que nos vamos quedando atrás y que pueden indicarnos cómo va a ser nuestro futuro. Desde el OEA observamos cómo nuestro capital humano se encuentra con restricciones bastante significativas. Por ejemplo, que la inversión productiva, es decir, el capital que sirve para producir, es escaso y de baja calidad. En el mercado de trabajo tenemos el mayor nivel de paro, y las predisposiciones hacia el trabajo no son las óptimas. Nos encontramos con una estructura productiva que está

“Esperamos que en Andalucía no haya solo un cambio de políticos, sino fundamentalmente de políticas”

muy concentrada en sectores y actividades que no son ni los más dinámicos ni los que generan mayor valor añadido. Estamos con un marco institucional que no es el más óptimo para el progreso... Las consecuencias de todos estos hechos, el por qué estamos aquí, como cualquier fenómeno social de esta envergadura, no es culpa solo del Gobierno. Decir eso sería lo fácil. Es consecuencia de una serie de factores históricos, de responsabilidades individuales o colectivas, de los empresarios o las mismas personas...

Una de las partes que más llamaban la atención es la parte de las críticas a la “gobernanza” de la Junta de Andalucía que, a juicio del Observatorio, no favorece el progreso de la región. ¿Qué hay que hacer a partir de ahora? ¿Cómo se le puede dar la vuelta a esto?

La Junta de Andalucía realiza muchas políticas (económicas, industriales, turísticas, de empleo...), y nosotros no creemos que esas políticas estén dando buenos resultados. No logramos ningún avance diferencial sino todo lo contrario: aumentamos la divergencia con España y Europa. Nosotros llamamos la atención para que esas políticas se evalúen y se sepa en qué medidas sirven o no. Y lo hacemos porque desgraciadamente sobre esto no hay debate en Andalucía. ¿Y dónde debe existir ese debate? En el Parlamento. Por lo que también llamamos la atención a la oposición, que tiene su responsabilidad. No hay un debate profundo sobre ello en el Parlamento. No se trata de confrontación entre partidos criticándose los unos a los otros, sino de manera constructiva ver qué funciona y dónde vamos.

Usted habla de evaluar las políticas públicas, pero de momento lo que prometen PP y Ciudadanos es una auditoría de la Junta de Andalucía.

Hace falta esa auditoría, pero es mucho más amplio. Una evaluación que mide la eficacia y la eficiencia, porque las empresas privadas evalúan todos los días su trabajo, se venda o no. Porque si una empresa produce mal o productos averiados, va a tener la evaluación en el mercado. Las producciones públicas, como son las políticas, no tienen evaluación en el mercado. Y esto es lo que hacen los países civilizados. Evalúan periódicamente sus políticas públicas por instituciones independientes y profesionales y no políticas. Eso es lo primero que pedimos. Estoy convencido de que hay políticas que no sirven para nada y, sin embargo, llevan aplicándose más de 20 ó 30 años.

En ese documento hablaban de la falta de meritocracia en la



“La situación de Andalucía no es solo culpa del Gobierno o de la Junta”

“Debemos evaluar las políticas públicas, su eficacia y su eficiencia”

“El Estado del Bienestar no se puede seguir estirando como un chicle”

Administración andaluza y de esos entes paralelos de la Junta de Andalucía en los que trabajan casi 25.000 personas.

Yo creo que lo que hay que ver es si tiene sentido que algunas instituciones públicas sigan existiendo. Para ello hay que evaluarlas. Aquí podemos incluir el Consejo Económico y Social, el Consejo Audiovisual, el Consejo Consultivo... ¿Qué resultados han dado? ¿Qué han hecho? ¿Cuánto valen lo que han hecho y cuánto vale mantenerlos? Y tras evaluar esos entes, hay que evaluar las personas. Sabemos que hay muchos cargos políticos y lo que habría que ver es la necesidad que hay de esos cargos. ¿No sería mejor que las responsabilidades públicas estuviesen asignadas por motivos profesionales, mejor que por motivos políticos? Que esos cargos estuvieran ostentados por personas profesionales, conocedoras de la tarea y actividad que se va a desarrollar. Y no solo hablamos de casos en la Junta. Por ejemplo, podríamos hacer lo mismo con las Diputaciones.

¿Creen que deben desaparecer las Diputaciones?

Nosotros no vemos justificado el nivel de gastos de éstas para lo que aporta de valor añadido. Son muy caras.

Se supone que ayudan a los pueblos más pequeños...

Hay muchísimas formas más baratas de hacer eso. Y más eficaz y eficiente.

Hablando de suprimir organismos, Vox apoya la supresión de las autonomías. Otros partidos hablan de recentralizar determinadas competencias, y otros defienden a ultranza el modelo autonómico actual. ¿Cuál es su opinión?

Sobre este tema el Observatorio Económico de Andalucía no tiene aún un planteamiento establecido. Personalmente, en 2006 coordiné un balance sobre las autonomías, en el que se llegaba a conclusiones significativas. Y esto no lo digo porque un partido determinado defienda tal o cual postura. En ese libro se decía que la gente le tenía mucho aprecio a las autonomías y estaban de acuerdo con ellas. Y había muy buena apreciación sobre ellas. Pero hoy esa idea entre los ciudadanos, a raíz de la crisis, ha cambiado bastante. La reflexión que nosotros hacíamos en ese libro es que el Estado de las autonomías fue necesario en su momento porque las regiones reclamaban una serie de necesidades específicas y de igualdad entre todas. Pero las autonomías en este momento son el resultado de un proceso y de las contingencias políticas a lo largo de la historia. No son el resultado de ningún



FERNANDO RUÑO

proyecto racional que se haya pensado por un grupo de personas. Consecuentemente ¿a qué me lleva todo esto?, ¿a que son malas o buenas? Pues a que las autonomías son consecuencias de circunstancias históricas de estos años. Por ejemplo, Aznar no tenía mayoría parlamentaria y para conseguir los apoyos de los partidos catalanes tuvo que darles una serie de competencias en materia concreta. Y luego otras Comunidades pedían lo mismo o compensaciones. Digo esto para que reflexionemos con libertad. Tenemos el Estado con más autonomías de Europa y con mayor número de competencias descentralizadas. Y esto nos está dando muchos problemas. Como, por ejemplo, la autonomía catalana. Por lo tanto, es posible que algunas competencias en materia legislativa que habría que repensarlas.

Más allá de los problemas políticos, a nivel económico, esta dispersión de leyes autonómicas, ¿facilita el crecimiento económico?

Una de las cosas que aluden las empresas que tienen que operar en todo el

“Hay que repensar el Estado de las **autonomías y sus funciones**”

“Hay muchas formas más baratas de hacer lo que hacen las **Diputaciones**”

territorio, es que si tiene que operar con leyes diferentes pierde las ventajas que tiene un territorio grande con una homogeneidad institucional. A lo mejor para una gran empresa le cuesta menos, porque tiene un gran gabinete jurídico para cumplir la legislación de cada sitio. Sin embargo, las pymes tienen que estar atentas a distintos procedimientos, reglas, etc., que se traducen en costes de gestión, en gastos, que repercute de manera negativa sobre ellas. Lo que digo es que hay que repensar el Estado de las autonomías y ver sus funciones, porque la descentralización administrativa genera sobre todo un menor control estatal. Un ejemplo son los casos de corrupción: donde en mayor medida han ocurrido a nivel autonómico.

¿Ha estudiado los programas de PP y Ciudadanos para Andalucía?

¿Qué espera de ellos?

Sí que los he visto y espero algún cambio. Estoy teniendo algunas noticias y apuntan a algunos cambios pero ninguno sustancial, aunque es muy pronto aún. Desde luego, esperamos que no sólo sea un cambio de políticos gobernantes, sino fundamentalmente de políticas públicas. El asunto fundamental es situar a Andalucía de una manera solvente con respecto al mundo de aquí a 20 o 30 años. Lo que tenemos que pensar es que vamos a vivir en un mundo muy complejo y de enormes transformaciones. En los últimos 20 años han emergido más de 1.000 millones de personas que han salido de la pobreza. En los próximos 20 años, emergerán otros tantos de cientos de millones de personas, que se educarán y aprenderán de una forma extraordinaria. Tienen en sus manos las tecnologías que les permiten conocer a la vez que nosotros los progresos de la Humanidad en cualquier momento. Ese mundo que emerge, sobre todo asiático, trabaja con la cuarta parte de los salarios que nosotros tenemos. Y ahí se están creando médicos, ingenieros, arquitectos, periodistas... todo tipo de profesiones. Y el mundo es global y abierto. En el mundo cada vez rige más la ley de un solo precio. Por eso compramos tanto a China e India, que son más baratas. Éste es el mundo al que vamos. Nosotros lo que tenemos que hacer son políticas para que los andaluces del futuro, ante ese panorama, vivan de manera satisfactoria, y no esperen vivir de un subsidio. El Estado del Bienestar no se puede estirar como un chicle. Nosotros no vamos a poder mantener la sanidad universal y gratuita, con todas las atenciones, para todo el mundo, aunque queramos, y hay otras muchas cosas más que no van a ser posibles. En esa perspectiva, es donde tendríamos que encaminar un programa de futuro a largo plazo con políticos responsables.



F. RUSSO

“Debemos pensar en situar a Andalucía en el mundo **dentro de 20 años**”

“Los dos grandes pilares para el cambio son la **educación** y el tejido productivo”

“Estamos más pendientes de fuera que de **nuestros recursos**”

¿En qué basaría ese cambio político y social?

Encuentro dos pilares a analizar: educación y tejido productivo. Educación no es que todos los niños puedan ir al colegio, porque eso es ya del siglo pasado; es que haya educación de excelencia. Eso es lo que tienen en Suecia, Finlandia, Corea, Japón, Holanda... es preparar a gente muy cualificada, y no tener a los niños en los centros educativos aburridos y premiarlos con regalos por los aprobados. Es preparar a la gente en habilidades para poder trabajar. Y a nosotros nos queda mucha tarea. En el Informe Pisa, los andaluces somos los últimos en materia educativa. Castilla y León nos da cien vueltas, por ejemplo. Ahí es donde hay que meter el dinero y los esfuerzos. Esto exige reinventar el sistema educativo. Ese es el gran reto. Y en cuanto al tejido productivo, habrá que sostenerlo en nuestras propias empresas. El problema es que tenemos pocas empresas. Son pequeñas, en general. No hay suficiente masa crítica. Están poco capitalizadas porque hay poca inversión empresarial. Entonces, ese es el segundo reto. Y eso no se hace a base de subvenciones, que es lo que aquí se acostumbra a hacer. Porque al final creas adictos y clientes a ese modelo.

Desde que entramos a la UE, Andalucía ha recibido 100.000 millones de euros. ¿Los hemos aprovechado o se han malgastado?

Se han hecho muchas cosas, sobre todo infraestructuras. Tenemos un capital público que sin estas ayudas no tendríamos. Pero probablemente se debería haber destinado más parte al fomento de la actividad económica. Hay otros países como Irlanda, que han empleado los fondos de otra forma diferente. Conocí Irlanda hace años, cuando tenía menos renta per cápita que Andalucía, pero no hace tanto tiempo. Y ya sabemos lo que hay allí hoy en día. Han concurrido muchas circunstancias. Por ejemplo, ellos tenían unas carreteras muy malas. Mientras nosotros aquí gastábamos el dinero en hacer unas autovías magníficas, ellos dejaron las carreteras tal y como estaban y se gastaron el dinero en educación e innovación...

Tras 100.000 millones Andalucía vuelve a ser declarada Región Objetivo 1 por la UE. ¿Es un fracaso colectivo?

Esto lo que pone de manifiesto es que estamos parados. Yo creo que hemos estado en política muy pendientes de qué nos viene de fuera, del Gobierno o de esos fondos europeos. Y hemos estado menos pendientes de qué hacemos nosotros con nuestros recursos, con nuestras costumbres, con nuestras habilidades...



**Manuel Alejandro
Cardenete**

Catedrático de Economía.
Vicerrector de Posgrado.
Universidad Loyola de
Andalucía

Un análisis de las
ventajas competitivas
de Andalucía
basándonos en los
sectores donde lo
somos y olvidándonos
de apoyar sectores sin
recorrido, se hace
absolutamente
imprescindible

¿Qué es lo primero que tiene que hacer Andalucía?

Salir de la zona de confort. ¿Esto quiere decir con una tasa de paro de más del 23%, Andalucía está acomodada? Pues sí. Y eso es precisamente lo que parece que ha indicado el resultado electoral del pasado 2 de diciembre.

Podemos darle las vueltas que queramos, pero la realidad parece indicar que después de 36 años de gobierno monocolor, los andaluces queremos un cambio. En el momento que escribo estas líneas aún no hay un gobierno del centroderecha cerrado. El juego no ha hecho más que empezar. Es lógico. Cada uno mueve su ficha a la espera del movimiento del otro. Esto en microeconomía se le denomina el Modelo de Stackelberg, o modelo de líder y seguidor. Y al final el modelo converge. Es decir, que habrá gobierno de coalición y cada uno, me refiero tanto a Ciudadanos como al Partido Popular, intentará controlar las Consejerías que puedan cerrar en el acuerdo para trasladar a la ciudadanía su impronta. Aún no sabemos si esto se producirá con el apoyo expreso o implícito de VOX o solamente implícito del PSOE. Pero ocurrirá a buen seguro. Llegados a este punto, ¿qué tareas tiene por delante el nuevo gobierno naranja-azul? Pues es larga la lista, pero aquí va una lista que creo que es irrenunciable. Lo primero que tendrá que hacer el gobierno es analizar las cuentas del Gobierno. Cuando una empresa va a realizar una

OPA hostil -o compra de un paquete accionarial para controlar la misma- lo primero que hace es analizar los balances y ver la salud de dicha empresa. Trasladado del mundo empresarial al mundo política, Cs y PP le van a realizar al PSOE una OPA hostil para hacerse con el control de la empresa llamada Junta de Andalucía. Por ello hay que analizar todo el gasto público y sus niveles de eficiencia -hablamos de un Presupuesto de más de 30.000 millones de euros- y también un análisis hacia dónde se va a dirigir el gasto para ganar en efecto multiplicador. No nos olvidemos que la economía se está ralentizando y desde Loyola Economic Outlook decíamos en el pasado número de otoño, que Andalucía no crecerá más de un 2,1% de PIB. Realizada esa primera aproximación, lo segundo será impulsar el empleo. Y para ello habría que trabajar en 3 líneas: potenciación de sectores productivos, análisis e implementación de nuevas políticas de ayudas y finalmente, apoyo a la pequeña, mediana empresa y autónomos. Un análisis de las ventajas competitivas de Andalucía basándonos en los sectores donde lo somos y olvidándonos de apoyar sectores sin recorrido, se hace absolutamente imprescindible. Y como decía al principio, esto implica salir de la zona de confort y esto, lo saben muy bien las empresas y los profesionales, en el corto plazo puede ser doloroso y hasta traumático, pero al final siempre se crece.



Javier González de Lara, nombrado presidente de la Fundación CEOE

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha sido elegido este miércoles presidente de la Fundación de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), con rango de vicepresidente de la organización, en el marco de la Junta Directiva de la CEOE. En un comunicado, la CEA ha señalado que el nuevo presidente de la organización, Antonio Garamendi, ha nombrado a su equipo institucional “más próximo y representativo”. De este modo, para González de Lara este nombramiento supone “una gran satisfacción personal e institucional”, ya que permitirá “profundizar y reforzar la idea del reconocimiento de la función social de la empresa española, con una visión más centrada en las personas”. Además, este reconocimiento de CEA y Andalucía “saldrá más reforzado” tras la futura elección del presidente de la Confederación Granadina de Empresarios, Gerardo Cuerva, como presidente de Cepyme el próximo año, convirtiéndolo en el tercer presidente andaluz de la organización de la pequeña y mediana empresa.



El acuerdo hispanochino sobre el jamón multiplica las expectativas del sector

El protocolo firmado este mes por los presidentes chino, Xi Jinping, y español, Pedro Sánchez, sobre el sector del porcino ampliará las posibilidades del porcino en el mercado asiático al permitir que los chinos puedan comprar en supermercados -o ver en los locales de comida- la pieza de jamón, con su pata y su pezuña: una imagen tan arraigada en la restauración y hostelería española. China da el visto bueno a envíos de jamón y paleta con hueso -hasta ahora sólo se permitían los deshuesados o loncheados- y eso facilita la labor de las empresas españolas interesadas. Una de las primeras firmas que aterrizaron en el gigante asiático fue Sánchez Romero Carvajal, con su marca 5J, que llegó a China como el jamón oficial de la Exposición Universal de Shangai en 2010, lo que fue punto de partida para contactar con futuros clientes, explican a Efeagro fuentes de la empresa. La locura por este producto es tal que esta compañía de Jabugo (Huelva) tuvo que abrir una oficina permanente en Shangai. China es su primer destino internacional -si se incluye Hong Kong- y los volúmenes de envío crecen a dos dígitos cada año.



Santa Bárbara Blindados confía en fabricar 348 carros hasta 2030 por 2.100 millones

Santa Bárbara Sistemas aspira, como una de las empresas contratistas principal de los programas de vehículos blindados del Ejército español, a conseguir para su fábrica en Alcalá de Guadaira (Sevilla) el contrato para la construcción de vehículos 8x8 para el Ejército de Tierra, lo que dejaría carga de trabajo hasta 2030. Esto se produce tras la aprobación en el Consejo de Ministros de tres programas de armamento por un valor total de 7.331 millones de euros: la construcción de cinco fragatas F-110, los vehículos 8x8 para el Ejército de Tierra y la modernización del avión caza Eurofighter. En el caso de los vehículos 8x8, Defensa invertirá 2.100 millones de euros hasta el año 2030, que permitirán la fabricación de 348 de estos blindados -conocidos como dragón- para el Ejército de Tierra. En total -ya que ésta será sólo la primera fase- se prevé una inversión de 3.800 millones y la construcción de 998 vehículos. el Gobierno ya ha invertido 90 millones de euros en los prototipos VCR 8x8 desarrollados por la UTE integrada por Santa Bárbara Sistemas -que es propiedad de la multinacional General Dynamics-, Indra y Sapa.



Entrada principal de Torre Triana, el mayor edificio administrativo de la Junta de Andalucía. F. RUÑO

MÁS DE 2.500 DESPACHOS CAMBIARÁN EN LA JUNTA

PP y Ciudadanos pretenden reducir el número de puestos de libre designación, realizar una auditoría de la Administración andaluza y analizar los 25.000 empleos de los entes paralelos

JOSÉ LUIS LOSA

Desde el pasado día 2 de diciembre, fecha de las elecciones andaluzas, y raíz del posible cambio de Gobierno, una de las preguntas más recurrentes en numerosas sedes de la Administración pública andaluza es qué va a pasar con los cargos de confianza, asesores y puestos de libre designación existentes en estos momentos y copados, en muchos casos, por personas del entorno del PSOE andaluz.

Este relevo, tan normal en todas las comunidades autónomas cada vez que se produce un cambio de Gobierno regional, es especialmente

significativo en el caso andaluz por dos grandes motivos. El primero es que en esta comunidad se trata de una situación inédita jamás vivida, ya que el PSOE lleva dirigiendo la Junta desde hace 36 años. El segundo motivo por el que levanta tanta expectación es por el enorme peso de la Administración andaluza en la región -con casi 250.000 empleados públicos- y por la escasa información que existe en torno a determinados cargos y puestos de libre designación.

La enorme y tupida red que la Junta ha ido tejiendo durante años con personal procedente de las filas del partido socialista ha provocado siempre mucho recelo entre los propios empleados públicos y numerosas críticas por parte de la oposición, cuyo líder Juanma Moreno (PP) reconocía no poder llegar a evaluar por la falta de información oficial existente a pesar de la aprobación de la Ley de Transparencia.

Algo más claro parece estar el número de cargos de libre designación que deberán salir tras el cambio de Gobierno y que se estiman en cerca de 2.500, según ha explicado el portavoz de Ciudadanos en Andalucía, Juan Marín. Precisamente, el partido naranja ha presentado una propuesta para la “eliminación de los cargos de libre designación por encima del nivel 30”.

A esos 2.500 puestos se sumarían otros 500 personas que dejarían de trabajar como cargos de confianza de las consejerías (secretarios, personal de gabinete, prensa...). En el caso de los departamentos de Comunicación se va a producir un importante conflicto motivado por la inexistencia de un cuerpo técnico de periodistas, al no haber reconocido nunca la Junta esa labor en sus RPT (Relación de Puestos de Trabajo). De esa forma, muchos periodistas han entrado a trabajar en la Junta llamados por algún cargo público y posteriormente han quedado una especie de limbo legal o en clara irregularidad administrativa como interinos durante años, por lo que los nuevos gestores deberán dar una salida a esta situación.

Al margen de la situación de los puestos de libre designación, PP y Ciudadanos han alcanzado un acuerdo programático que contiene 90 medidas y un calendario para los primeros 100 días de Gobierno. Entre ellas se encuentra el encargo de una auditoria externa tanto de las cuentas de la Junta de Andalucía como de sus empresas satélites, la denominada Administración paralela, en la que trabajan unas 23.000 personas

El “Inventario de entes de la Comunidad Autónoma de Andalucía” a 1 de febrero de 2017, publicado en la web de la Consejería de Hacienda y Administración Pública, señala la existencia de 208 entes que cuentan con un volumen total de 13.000 millones de euros de presupuesto y que además



**Los entes de la
administración
paralela de la Junta
emplean a 23.052
personas**

arrastran una deuda con entidades de crédito que en 2015 ascendía a 1.250 millones de euros.

Estos entes de la administración paralela empleaban en 2017 a un total de 23.052 empleados, con un coste para las arcas públicas de más de 907 millones de euros.

No es de extrañar por ello que la alarma haya cundido en muchos de esos organismos, que en los próximos meses deberán pasar un importante examen tanto para justificar su supervivencia como para explicar su número de empleados y su método de contratación.

ANDALUCÍA ACABA EL AÑO LOGRANDO LOS **30 MILLONES DE TURISTAS**

El mercado nacional ha conseguido paliar la ralentización en el número de viajeros internacionales causada por la recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo

MARTA RAMOS

Andalucía cierra 2018 como el año de la ralentización turística. Tras varios ejercicios cosechando cifras históricas la región también se ha visto afectada por el estancamiento del turismo internacional experimentado en el resto de España y aunque el crecimiento en el número de viajeros nacionales ha logrado salvar el año, las cifras cosechadas han sido más modestas que las de los anteriores. No obstante, la valoración de la consejería de Turismo es positiva y prevé alcanzar la barrera de los 30 millones de viajeros, cifra prevista para el próximo 2020.

Durante los diez primeros meses del año Andalucía recibió en su oferta de alojamientos reglados a unos 20 millones de viajeros, lo que supone un incremento del 1,6 por ciento con respecto al mismo periodo del año anterior. Del total de visitantes, 10,3 millones eran nacionales, lo que supone un incremento del 3,1 por ciento, y 9,6 millones eran extranjeros, cifra que apenas crece un 0,1 por ciento.

Andalucía se situaba así como cuarta comunidad de destino principal por número de turistas extranjeros, por detrás de Cataluña, Islas Baleares y las Islas Canarias. Reino Unido fue el principal mercado emisor de turistas hacia Andalucía en el mes de octubre, con un 27,9 por ciento del total de turistas, y el segundo fue Alemania con un 12,5 por ciento.



Vienen menos pero gastan más, y es que, el gasto medio de los turistas extranjeros en Andalucía ha aumentado un 14,4 por ciento hasta alcanzar los 11.475 millones de euros.

Para la consejería de Turismo de la Junta de Andalucía la conclusión es que la región ha sabido sortear el estancamiento del turismo nacional manteniendo cifras positivas.

“Andalucía ha tenido este año un buen resultado turístico, estimamos que vamos a llegar a las previsiones que teníamos planificadas para 2020, los 30 millones de turistas. En un marco global de reajuste e incluso de disminución en el número de turistas, Andalucía está teniendo protagonismo”, comenta a *elEconomista Andalucía* el consejero de Turismo en funciones, Francisco Javier Fernández.

Para el consejero las causas de esta ralentización del mercado internacional son claras, por un lado la quiebra de algunas aerolíneas que ha reducido las plazas para Andalucía y por otro la recuperación de destinos competidores del mediterráneo como Grecia, Túnez y Egipto con una oferta basada en los bajos precios, que ha logrado seducir principalmente al mercado británico y alemán.

Mercado nacional

“Andalucía ha apostado este último año por el turismo nacional, que representa más del 60 por ciento de los viajeros que llegan, para paliar la reducciones del turismo internacional”, asegura Fernández indicando que la comunidad ha dedicado sus esfuerzos a captar nuevos mercados internacionales menos explotados como Polonia, Francia, Italia o Marruecos, donde apuestan por el turismo familiar. Para recuperar la confianza del viajero nacional, que ha vuelto a ver Andalucía como su destino de vacaciones, ha sido clave la complementariedad de segmentos tradicionales como el de sol y playa o cultura y el patrimonio con otros novedosos como el turismo de naturaleza, deportivo o de ciudad. Un aspecto que en palabras del consejero ha logrado “satisfacer las demandas de los nuevos viajeros”.

Un crecimiento del turismo nacional que se está viendo consolidado en la última etapa del año. Los dos puentes del otoño han dejado cifras de ocupación muy positivas, pasando del 80 por ciento en algunos puntos clave. Los datos han crecido no solo en ciudades clave en estas fechas como pueden ser Sevilla, Málaga o Granada, también en el interior en incluso en la Costa.



46.200 Empleos han creado los establecimientos hoteleros andaluces los 10 primeros meses del año

Aunque los datos oficiales aún no han sido contabilizados, la Junta confía en que estas cifras contribuyan a cruzar esa barrera de los 30 millones de turistas.

En el análisis del consejero uno de los puntos más destacados es el incremento del empleo: “Nuestro balance es positivo, porque el turismo está creando empleo y riqueza en el entorno”.

En este punto cabe destacar que los alojamientos reglados andaluces han creado en los diez primeros meses del año unos 46.200 empleos, lo que supone un incremento del 3,7 por ciento con respecto al año pasado.

Así, Andalucía ya comienza a marcarse los retos turísticos para el año que ahora comienza. Unas metas que, según el consejero, pasan por mantener el liderazgo en el mercado nacional, estar preparados ante las posibles consecuencias que pudiera tener el *Brexit* y primar la calidad frente a la guerra de precios del resto de destinos del Mediterráneo.

LOS 'CHALECOS AMARILLOS' AFECTAN A ALMERÍA

Las entidades andaluzas, principalmente las de Almería, han comenzado a cuantificar las pérdidas provocadas por las protestas de Francia. El sector de las hortalizas es el más perjudicado

MARTA RAMOS



Andalucía amanece cada día pendiente de los altercados que se vienen produciendo en Francia desde el pasado mes de noviembre a causa de la subida en los precios del combustible. Los denominados *chalecos amarillos* están llevando a cabo intensas jornadas protestas que se centran tanto en la capital parisina como en numerosas carreteras del país, una complicada situación que ya se ha cobrado la vida de una persona y ha dejado un importante reguero de heridos.

El conflicto ha comenzado a tener sus consecuencias también en Andalucía, y es que, desde que comenzaron estas protestas miles de camiones andaluces tienen serias dificultades para llegar a su destino, tanto si es la propia Francia, como si tienen que atravesar este país para llegar a otros lugares como Alemania u Holanda.

Estos bloqueos en las carreteras principales provocados por los manifestantes ya han reducido las exportaciones de fruta y verdura, y aunque las cifras aún no han sido cuantificadas, las primeras estimaciones apuntan a que las reclamaciones a nivel nacional podrían alcanzar centenares de millones de euros.

España está siendo el país más afectado por esta situación que afecta a los casi 20.000 camiones que cada día cruzan la frontera con Francia.

Retrasos en las entregas

Las protestas causan importantes retrasos en las entregas de los pedidos a las grandes cadenas de supermercados, por lo que el sector que más está sufriendo es el de las hortalizas, ya que, al tratarse de un producto muy perecedero, en ocasiones llega en mal estado y es devuelto.

“No es un problema de consumo, la demanda continúa de hecho los supermercados están pidiendo más por si aumentan las protestas. Están aceptando la mercancía aunque llegue con 12 ó 14 horas de retraso, pero Hay casos en los que si se han devuelto por problemas de refrigeración, porque si los camiones se quedan sin combustible el sistema no funciona y el género se estropea”, explica a *elEconomista Andalucía* Andrés Góngora, responsable de Frutas y Hortalizas de COAG Andalucía.

Almería, principal productora de frutas y hortalizas a nivel nacional está siendo la provincia más damnificada por esta situación, las empresas del sector y las compañías de transporte ya han comenzado a calcular las pérdidas que están registrando.

La Confederación Española de Transporte por Mercancías (CETM) ha



Las protestas están provocando importantes retrasos en las entregas de productos andaluces a las grandes cadenas comerciales francesas. EFE



Unos 20.000 camiones cruzan cada día la frontera de Francia. EFE

estimado que la paralización de los camiones representa unas pérdidas de facturación para el sector del transporte a nivel nacional de unos 12 millones de euros por jornada.

Las protestas tuvieron su momento álgido en las semanas previas a la campaña navideña, lo que dificultó aún más la situación, ya que, son fechas en las que se disparan los pedidos y la ralentización de las entregas provocó una falta considerable de camiones.

“En Navidad todos los supermercados quieren tener productos en sus lineales, siempre hay falta de camiones y este año la situación se ha complicado, porque en un trayecto de 48 horas se tardan 60”, explica el portavoz de COAG.

Por otro lado, La Asociación de Transporte Internacional de Carretera (Astic) ha iniciado también una evaluación de los daños y perjuicios que para las empresas del sector están suponiendo estas protestas, para poder así plantear las reclamaciones millonarias ante las autoridades del país vecino.



El Ministerio de Fomento ha reiterado que, ante la relevancia de los problemas en las fronteras con Francia, el Gobierno envió el pasado 21 de noviembre notas tanto a su homólogo francés como a la Embajada de Francia en Madrid, instándoles a que adopten todas las medidas oportunas para garantizar con total seguridad la libre circulación de personas y mercancías.

En otra petición desde Fomento, la Comisión Europea aseguró haber contactado con las autoridades francesas y se mostró confiado en una pronta respuesta.

Desde COAG, reconocen el “temor” de las empresas andaluzas ante esta situación que está provocando pérdidas económicas en la campaña de ventas más importante del año y reconocer que poco se puede hacer para solucionarla además de plantear las reclamaciones pertinentes y esperar a que el gobierno del país vecino alcance un acuerdo que satisfaga las reclamaciones de los manifestantes.



Javier González de Lara

Presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)

Cada vez que se han obtaculizado las vías de negociación, se pretende elegir lo que definimos como el “monólogo social”, el crecimiento se ha ralentizado y se han perdido claras oportunidades de progreso

Más y mejor Diálogo Social

Uno de los medios clásicos para el progreso y el desarrollo, ha sido siempre el Diálogo Social. Entendido como clave de bóveda de la “cultura del acuerdo” es, en efecto, un medio, y no un fin en sí mismo, para hacer posible la mejora del bienestar de las sociedades. Se trata, además, de un antídoto efectivo -por lo contrastado- frente a la conflictividad que nace de la incertidumbre y la ausencia de respuestas a las demandas de las sociedades. Tenemos múltiples ejemplos de cómo la ausencia de Diálogo Social ahonda en una indeseable polarización que tiene como resultado el debilitamiento de las libertades y la libre iniciativa. Y si necesitamos algo en estos momentos es, precisamente, Diálogo Social. Voluntad para negociar y llegar a acuerdos sobre la base de adaptar -y mejorar- las condiciones objetivas para que esa libre iniciativa se plasme -sobre todo en Andalucía- en muchas más empresas, de mayor tamaño y más capacidad innovadora. En los últimos años, y desde que en 1978 alcanzásemos el acuerdo más importante de este país en mucho tiempo recogido en la Constitución, la única vía para el crecimiento ha sido siempre el acuerdo social y de modo preferente entre los agentes

económicos y sociales: desde aquellos casi míticos Pactos de La Moncloa hasta el IV Acuerdo para el Empleo Estatal y la Negociación Colectiva (más conocido como AENC y suscrito en julio pasado) en el que se firmó el compromiso para elevar los salarios en convenio a un mínimo anual en 2020 y se sentaron las bases para actualizar el marco laboral, como todo el mundo sabe. Por el contrario, cada vez que se han obstaculizado las vías de la negociación, se pretende elegir lo que definimos hace unos días como el “monólogo social”, el crecimiento se ha ralentizado y se han perdido claras oportunidades de progreso. Romper o relegar el Diálogo Social, es un lujo que no nos podemos permitir en una situación compleja y controvertida como la que estamos viviendo. Compleja, por la incertidumbre, en la evolución de la economía y los factores geoestratégicos que confluyen sobre ella; y controvertida por el devenir político y la estabilidad institucional imprescindible que necesitamos lo antes posible, precisamente para hacer frente a la evolución de la economía. La Andalucía que todos queremos, esa Andalucía abierta, audaz e innovadora, puede y debe reconocerse sobre el Diálogo Social. Y ésta es una convicción colectiva de los empresarios andaluces.



Dani García cerrará su restaurante de Marbella en 2019

Sólo 22 días después de recibir su tercera estrella Michelin, el chef malagueño Dani García anunciaba que el 22 de octubre de 2019 cerrará el restaurante que lleva su nombre en el Hotel Puente Romano de Marbella. A través de un vídeo difundido en redes sociales aseguraba que ha cumplido su sueño. "Alcanzado este sueño, llevaré mi visión de la gastronomía de Andalucía a todos los rincones y públicos del mundo", destacaba.



Los polvorones de Estepa superarán los 70 millones

Las empresas productoras de mantecados y polvorones de Estepa han estimado que superarán las 22.000 toneladas de productos durante esta campaña de Navidad y un crecimiento de entre el tres y el cinco por ciento respecto al año pasado. En cuanto a la facturación, se estima un cierto crecimiento. El año pasado se alcanzaron los 70 millones de euros convirtiendo al sector «en el principal motor económico de Estepa».



CTA movilizó proyectos por 21 millones en 2018

Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA) ha aprobado en 2018 la incentivación de 33 nuevos proyectos de I+D con 8,36 millones de euros que han movilizado más de 21 millones de inversión privada en innovación en Andalucía. El Patronato, presidido por Adelaida de la Calle, aprobó además el Plan de Actuación y el presupuesto que la Fundación destinará en 2019 a la financiación de proyectos de I+D+i, que asciende a 8 millones.



La almeriense Cosentino llega a Estocolmo

Grupo Cosentino, compañía almeriense líder en la producción y distribución de superficies innovadoras para el mundo de la arquitectura, ha inaugurado recientemente un «Cosentino Center» en Estocolmo. Esta instalación logística integral se suma a la que la compañía ya tenía operativa en Göteborg, y refuerza aún más su penetración en el mercado escandinavo donde cuenta con «Centers» también en Noruega, Dinamarca y Finlandia.



María Jesús Catalá sustituye a Rafael Herrador en Caixa

María Jesús Catalá ha sido nombrada nueva directora territorial de CaixaBank en Andalucía Occidental, en sustitución de Rafael Herrador, quién dirigirá a partir de ahora la Dirección Territorial de Madrid. Como nueva máxima responsable de esta Dirección Territorial, María Jesús Catalá gestionará la actividad de las 464 oficinas ubicadas en Sevilla, Cádiz y Huelva, además de los más de 1,6 millones de clientes que la entidad tiene distribuidos en esta parte de la región.



A. ZEA

UNICAJA Y LIBERBANK AVANZAN HACIA LA FUSIÓN

La unión de ambas entidades convertiría al banco resultante en el sexto del país. Entre ambos sumaría unos activos totales de 95.974 millones de euros.

EVA DÍAZ

La posible fusión de Unicaja y Liberbank es una integración anunciada. La noticia llegaba justo después de que la entidad andaluza pusiera en marcha un ERE tras culminar la unión definitiva con EspañaDuro, mientras que el banco de origen asturiano también aprobó en febrero el proyecto de terminar la integración definitiva con Caja Castilla-La Mancha (CCM).

No obstante, Liberbank, con varios EREs a sus espaldas con el objetivo de ganar eficiencia, puso en marcha el último ajuste en junio de 2017 con la salida de 525 empleados. Precisamente, el recorte, que llegó a los tribunales

de mano de los sindicatos, logró el pasado octubre el aval del Tribunal Supremo, aunque la sentencia se conoció este lunes. La entidad ya anunció el pasado mes de marzo su disponibilidad a fusionarse si creaba beneficio para los accionistas.

La unión de ambas entidades convertiría al banco resultante en el sexto del país. Entre ambos sumaría unos activos totales de 95.974 millones de euros, posicionándose así por delante de Bankinter, que cerró el tercer trimestre del año con unos activos de 71.332 millones de euros. La fusión colocaría a Unicaja y Liberbank a escasos pasos de Bankia, que tras la pertinente absorción de BMN, acumuló unos activos de 120.574 millones. Las posiciones aún están lejos de los grandes bancos del país como Santander (con 442.469 millones de activos en España), BBVA (383.111 millones) o CaixaBank (387.351 millones).

No obstante, esta integración supliría las carencias que ambas entidades tienen para cubrir el territorio nacional en su conjunto y dejaría un único banco que abarcaría mejor la Península. Cabe recordar que Liberbank surgió de la fusión (durante la crisis financiera) de Caja Asturias -Cajastur-, Caja Extremadura y Caja Cantabria. Por tanto, el banco que encabeza Manuel Menéndez tiene mayor presencia por naturaleza en sus territorios de origen; además de Castilla-La Mancha, tras quedarse con CCM. Por su parte, Unicaja, tiene hasta el 47% de sus oficinas en Andalucía, con 584, otro grueso del 34% está en Castilla y León (gracias a EspañaDueño), mientras que Madrid, Extremadura y Castilla-La Mancha suponen en su conjunto el 16% restante de su distribución.

Oficinas

Unicaja tiene un total de 1.182 oficinas repartidas por todo el territorio nacional. Por su parte, Liberbank cuenta con 684 oficinas. Su unión inmediata haría una suma de 1.866 sucursales. No obstante, el grupo andaluz, dentro de sus planes de eficiencia, puesto que tiene sobre la mesa un ajuste de mil empleados en tres años, podría eliminar varios centros. Las sinergias a nivel de sucursales se harían más patentes en el norte y sur del país.

En lo que respecta a la plantilla de ambos grupos, el andaluz contaba a cierre del tercer trimestre del año con 6.916 trabajadores, mientras que Liberbank mantiene 3.933 empleados. Mientras la primera entidad recortará un 14% el número de trabajadores de cara a 2021, por el momento el grupo asturiano está a punto de culminar las 525 salidas propuestas en su ERE de 2017, cuya fecha de ejecución se extiende hasta el primer trimestre de 2019.

LIMPIEZA DE ACTIVOS IMPRODUCTIVOS

■ Estrategia clara

La futura unión llega para ambos grupos con la estrategia clara. Las dos entidades han dado un empujón en limpieza de activos improductivos en los últimos años. Por un lado, Liberbank se deshizo el año pasado de una cartera por valor de 600 millones de euros, una de las mayores ventas que ha realizado el banco en los últimos años. La entidad cerró el tercer trimestre de 2018 con unos activos improductivos brutos por valor de 3.600 millones de euros, un 25% menos de los que tenía un año antes. El banco se marca como objetivo dejar su balance a cierre de 2020 en 1.700 millones, es decir, 1.900 millones de euros menos de la actual. Unicaja suma un ladrillo tóxico en su balance de 3.900 millones (casi al mismo nivel que Liberbank), aunque un 15,3% menos al que tenía un año antes.

■ Canje de las acciones

Las entidades afrontan las negociaciones sobre su futura fusión por absorción con la ecuación de canje económica como protagonista para inclinar la balanza. La horquilla varía en función de las partes negociadoras que, en un caso acercan la mayoría del control -hasta por encima del 60%- a Unicaja, dejando a Liberbank con el 40% restante y, en otro caso, igualan la participación dándole al grupo asturiano hasta el 47% del dominio del nuevo banco resultante.



Manuel Azuaga,
presidente de
Unicaja Banco.
EE

Los dos grupos son entidades muy arraigadas a sus territorios de origen. Precisamente, en estas regiones, los bancos están experimentando en los últimos meses un aumento relevante en la concesión de nuevas hipotecas. En lo que se refiere al volumen de negocio, Unicaja tiene un margen bruto de 735 millones de euros a cierre del tercer trimestre, mientras que el volumen de negocio de Liberbank en el mismo periodo se situó en los 523 millones de euros. Respecto a la cartera crediticia, el banco andaluz suma una inversión de 27.779 millones de euros, mientras que la cartera crediticia de Liberbank es de 21.9060 millones de euros.

CINCO EMPRESAS ANDALUZAS SELECCIONADAS PARA EL WMC19

Itsoft y Galgus de Sevilla, Grupo Premo de Málaga, Esmovil de Granada, y TechHeroX de Córdoba acudirán en febrero al evento más importante de tecnología móvil de España

MARTA RAMOS

En febrero de 2019, concretamente del 25 al 28, Barcelona volverá a convertirse en el epicentro mundial de las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación móvil con la celebración del Mobile World Congress (MWC19). Una cita ineludible para los amantes del sector y para las grandes compañías que aprovechan este magnífico escaparate internacional para mostrar sus productos y lograr contactos comerciales, que les permitan incrementar sus carteras de clientes o captar inversiones para futuros proyectos.

El pabellón de España estará compuesto esta edición por un total de 58 entidades, la entidad pública empresarial Red.es daba a conocer este esperado listado en el que han logrado colarse cinco empresas andaluzas del sector de la innovación. Grupo Premo de Málaga; Esmovil de Granada; TechHeroX de Córdoba; Itsoft y Galgus de Sevilla componen esta delegación que acudirá a la cita más importante del sector de la telefonía móvil de España en representación de la innovación andaluza.

Red.es organiza y coordina, por séptimo año consecutivo, esta delegación empresarial con un doble objetivo: "Mostrar al mundo los mejores proyectos nacionales" vinculados a la industria del móvil y ofrecer a





La granadina esmovil es una de las empresas andaluzas seleccionadas. EE

las compañías seleccionadas, un espacio y unos servicios “que les permita impulsar su internacionalización, presentar nuevos productos, buscar inversores o ampliar la cartera de clientes”.

Grupo Premo es un líder tecnológico global e influyente en el desarrollo de antenas automotrices RFID y uno de los principales fabricantes de componentes electrónicos a nivel mundial.

En el mundo de la comunicación móvil, la compañía malagueña se encuentra actualmente inmersa en un proyecto en colaboración con la marca española de telefonía BQ, a través del cual han creado un dispositivo que permite abrir los coches desde el teléfono.

La granadina Esmovil es uno de los distribuidores de repuestos de telefonía líder en el mercado nacional, con un catálogo que alberga elementos de los principales fabricantes.

Una compañía que acude a la cita con el fin de conocer las novedades y establecer contactos para incrementar su negocio en el mercado nacional. Las dos empresas sevillanas que acudirán en febrero al WMC, Itsoft y Galgus, ya estuvieron en la pasada edición, cuando la representación andaluza estaba compuesta por solo cuatro empresas y todas procedentes de Sevilla.



Grupo Premo también acude a esta cita . ALEX ZEA

Empresas con clara vocación tecnológica y carácter dinámico

■ Los sectores representados por las cinco empresasseleccionadas por Red.es para acudir al MWC son un claro ejemplo de un tejido empresarial de vocación tecnológica, carácter dinámico y centrado en la innovación a través de un buen número de proyectos vinculados a las ciudades inteligentes, la ciberseguridad, el internet de las cosas, la computación en la nube, el comercio electrónico, la inteligencia artificial o el marketing digital.

■ Las entidades andaluzas que acuden al evento dan respuesta en su conjunto a todas las exigencias planteadas por la entidad pública empresarial.

En el caso de Itsoft, la compañía hispalense despliega desde 2003 soluciones *cloud* de movilidad en el ámbito de la tecnología móvil. Está especializada en desarrollos de aplicaciones móviles, plataformas SMS y de soluciones del Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés).

En el caso de Galgus, está especializada en la tecnología aplicada a Internet Y ha desarrollado un *software* para la optimización de redes WiFi. Su tecnología reduce interferencias y mejora rendimiento WiFi, especialmente en entornos con alta densidad de usuarios.

La cordobesa TechHeroX completa la representación andaluza que acudirá el próximo mes de febrero a una de las citas más relevantes del mundo de la tecnología con el objetivo de mostrar su potencial.

El Mobile World Congress 2019 prevé superar los 107.000 visitantes procedentes de más de 200 países, logrados en la última edición y estarán presentes alrededor de 2.400 compañías, como Alibaba Cloud, Cisco Systems, Accenture, Ericsson, Facebook, Google, HTC, Huawei, Intel, Lenovo, Orange, Telefónica, Vodafone, Seat y ZTE, entre otras.

El congreso girará en torno a la conectividad inteligente y abordará la hiperconectividad, el 5G, la internet de las cosas, la inteligencia artificial (AI) y los macrodatos.

RTS OFRECE UNA SEGUNDA VIDA AL **CORCHO ANDALUZ**

La empresa de revestimientos ubicada en Utrera ha multiplicado en tres años su facturación, ha recibido numerosos premios por su patente y exporta ya a numerosos países europeos

DAVID RODRÍGUEZ



F. RUSSO

Revestimientos Técnicos Sostenibles (RTS) es una empresa 100% andaluza, ubicada en la localidad sevillana de Utrera. Se trata de un negocio que ha desarrollado un producto único en el mercado de los aislamientos térmicos elásticos: el ReveCork. Se trata de un tipo de aislante ecológico, sin competencia en el sector, a base de corcho natural —más concretamente de alcornoque andaluz— patentado y con unas propiedades inauditas: aislante térmico, aislante acústico, anticondensación, antisalitre y ayuda al medio ambiente. Se puede aplicar tanto en interiores como exteriores de diferentes formas: brocha, rodillo, plana, airless o proyectado. Un producto que aumenta sobremedida el ahorro energético de una vivienda familiar o de cualquier empresa que quiera aplicarlo a sus instalaciones.

Iván Walter es fundador de RTS (Revestimientos Térmicos). Este albaceteño de 47 años, llegó a finales de la década de los noventa del siglo pasado a Sevilla para intentar adquirir un tipo de aislante a base de corcho, inventado por un italiano afincado en Coria del Río. Walter trabajaba para una empresa de pinturas de Albacete e intentó comprarle ese producto tan novedoso para incorporarlo a su catálogo. Ante la negativa de aquel individuo, su empresa acabó desarrollando un aislante similar al que tampoco se le dio mayor salida de la que podía tener.

Entonces, Iván, que siempre creyó en ese aislante de corcho, se marchó de su empresa y comenzó un período de investigación y desarrollo de toda una línea de productos, que duraría 10 años. Tras conocer a su mujer, que era sevillana, se afincó en Utrera y levanta RTS. Fue en 2015 cuando saca al mercado más de 120 referencias, siendo el ReveCork la más singular y significativa.

“En el primer ejercicio de RTS tuvimos una facturación de 35.000 euros. Al año siguiente alcanzamos los 97.000 euros. En 2017 nos pusimos en una cuota aproximada de 240.000 euros. Las previsiones para cerrar este año son de 420.000 euros. Y de cara al 2019, alcanzaremos 1,3 millones de euros. Sólo en Sudamérica, para el año que viene ya hay 46.000 viviendas adjudicadas. Tenemos proyectos firmes en Chile, Panamá y Cuba. De aquí a 4 o 5 años confiamos en llegar a los 10 millones de euros de facturación. Actualmente estamos en un crecimiento anual del 120%”, afirma Iván Walter.

Una empresa que tan sólo tiene 4 trabajadores, pero que ya cuenta con una enorme proyección internacional. Actualmente, no solo abarcan todo el mercado nacional, sino que tienen clientes en Alemania, Francia, Benelux, Chile, Ucrania, Panamá, Kuwait, Emiratos Árabes, Rusia, Turquía, Estados



Un operario trabaja en los productos de RTS en su planta de la localidad sevillana de Utrera. F. RUSSO

Unidos, México, Marruecos, Argelia y Túnez. Asimismo, para este próximo año, RTS espera aumentar el número de países clientes en el continente americano.

Según la Asociación Nacional de Fabricantes de Materiales Aislantes, Andimat, en España casi el 25% del consumo energético y de las emisiones de CO₂ provienen de los edificios y viviendas y, dentro de estos, más de la mitad está relacionado con la falta de un nivel de aislamiento adecuado. Además, nuestra alta dependencia energética y el aumento imparable de los precios de la energía, deberían convertir a los edificios en objetivo prioritario en las políticas de ahorro de energía. Por ello, en RTS se tomaron muy en serio el desarrollar un producto que bajase considerablemente el consumo energético al cabo del día. Con ReveCork se consigue hasta un 60% de ahorro.

España se encuentra a la cabeza en Europa de emisiones de dióxido de carbono (CO₂) per cápita, siendo las edificaciones responsables de un alto porcentaje de esas emisiones. Hay que tener en cuenta que al incorporar un buen aislamiento térmico en cualquier construcción habitable se reducen las pérdidas de calor o frío, por lo que se logrará ahorrar en la factura de la luz hasta 400 euros anuales.

Un sector que factura ya unos 260 millones de euros anuales

Por ley, desde el mes de octubre de 2006 es obligatorio aislar los edificios existentes por encima de unos mínimos cuando haya modificaciones, reformas o rehabilitaciones que afecten a más del 25% del total de los cerramientos de un edificio que cuente con una superficie útil superior a 1.000 metros cuadrados. Según los últimos estudios del sector del aislamiento, la facturación media anual en sus materiales más extendidos como son el poliuretano o el poliestireno—excluyendo el corcho, que es el material empleado por RTS—, se estima en unos 260 millones de euros.



Latas de ReveCork preparadas para su uso. F. RUSSO

El gran negocio dentro del sector del aislamiento térmico en España está en la rehabilitación de edificios. Esta se sitúa en España en torno al 24%, muy lejos del 40% de media en los países de la UE y aún más del 60% de Alemania, según datos de la Secretaría de Estado de Infraestructuras, Transporte y Vivienda.

A este hecho se suma que en España existen más de 23 millones de viviendas construidas antes del año 2005, que no poseen ninguna medida de aislamiento o un aislamiento muy deficiente en su envolvente. Se trata de una situación que convierte a nuestros edificios en auténticos depredadores de energía.

En RTS revisten con su producto tantos interiores, como fachadas. En este último caso, “el ReveCork consigue que la edificación no se caliente desde el exterior. Al proteger la envolvente de la construcción, se consigue estabilizar la temperatura interior, reduciendo las fugas de frío o calor, además de eliminar las humedades. Nuestro producto también es el único del mercado con el cual se consigue que el salitre no avance, y se retenga —en el caso de que el problema ya haya surgido—. Por su parte, en nueva construcción, hemos conseguido que tanto la brisa marina, como el ambiente marino, no afecten a los soportes protegidos con ReveCork”, asegura Walter.



A.ZEA

ANDALUCÍA SERÁ DESPENSA MUNDIAL DE ACEITE DE OLIVA

La región producirá alrededor de 1,5 millones de toneladas de oro líquido, de las que el 80% se exportará fuera de España. La campaña de recogida de aceituna cumple las previsiones

MARTA RAMOS

El campo andaluz se encuentra ya plenamente inmerso en una de sus campañas más importantes, la recogida de la aceituna. Una campaña que comenzó con cierto retraso y con previsiones positivas en cuanto a la cosecha, pero, no tanto en lo que se refiere al rendimiento graso, aspecto que se ha visto reducido en tres puntos con respecto al año pasado. La compleja situación que atraviesan países competidores como Italia, Túnez o Turquía, con escasas cosechas, van a convertir a Andalucía en la despensa mundial del aceite de oliva el próximo año.

Según indican a *elEconomista Andalucía* desde COAG, las previsiones apuntan a una buena campaña en lo que a producción de aceituna se refiere, sin embargo, las cifras se verán mermadas por el bajo rendimiento graso que ha pasado del 22 por ciento del año pasado a cerca de un 19 por ciento. Los agricultores estiman que esta merma va a reducir la producción de aceite de oliva a nivel nacional. En la región, la Junta de Andalucía apuntaba a una cosecha de 1,6 millones de toneladas de aceite de oliva, pero finalmente la producción de oro líquido se situará entre 1,4 y 1,5 millones de toneladas.

“Esos tres puntos de diferencia en el rendimiento van a suponer una reducción de unas 150.000 o 200.000 toneladas de aceite, queda mucha campaña, pero esa la sensación que tenemos”, señala Juan Luis Ávila, responsable de Olivar de COAG Andalucía.

Las fuertes lluvias y los temporales de pedrisco (granizo) registrados a principios de otoño provocaron daños en algunos olivares de municipios jienenses como Beas de Segura o Alcaudete, sin embargo esto no ha influido en el cómputo global de la cosecha de aceituna, que va a cumplir las estimaciones.

Jaén mantiene su liderazgo en el olivar, las previsiones de la Junta de Andalucía para la provincia apuntan a una producción de 685.000 toneladas de aceite de oliva en esta campaña, lo que sería su segunda mayor cosecha tras la de 2011-2012. Se trata de un 74,9% más que la campaña anterior y un 42,4% más que la media de los últimos cinco años.

El sector que más empleo genera

En cuanto al empleo, la campaña se mueve en la media de los últimos años de 21 millones de jornales, sin embargo, los agricultores aseguran que están teniendo dificultades para encontrar mano de obra. “El sector del olivar genera más empleo en Andalucía que El Corte Inglés, Mercadona y Carrefour juntos”, asevera el portavoz de COAG.

Casi la mitad de los jornales que se generan durante la campaña de recogida de aceituna tienen lugar en la provincia de Jaén.

Andalucía exporta cada año entre el 70 y el 80 por ciento de su producción de aceite de oliva y esas cifras van a crecer aún más esta campaña.

“No tenemos aceite prácticamente en ningún punto del arco mediterráneo, Italia tiene la peor cosecha que se recuerda y vamos a tener que exportar mucho aceite para abastecer a todo el mundo. Andalucía va a ser la despensa mundial de aceite de oliva y vamos a tener la capacidad de abastecer al mundo”, señala el experto.

Italia tiene una campaña pésima con menos de 100.000 toneladas, provocado por las adversas temperaturas; Grecia tiene una cosecha pobre, Portugal va producir casi la mitad de aceite que el año pasado; y Túnez y Turquía también van a ver mermada su producción. Esta situación se debe principalmente a que estos países tienen una producción vecera, es decir, que un año tienen una buena cosecha y al siguiente mala.

Esta situación otorgará además a Andalucía una posición de liderazgo en los mercados, con lo que su capacidad de influir en las negociaciones sobre los precios será mayor.

Las ventas de aceite de oliva en el mercado exterior no paran de crecer, sin embargo, el nacional está estancado desde hace varios años.

“Estamos preocupados porque el mercado nacional no crece, creemos que se debe principalmente al cambio de hábitos alimenticios, a que cada vez llevamos una vida más rápida y tenemos que conseguir que el aceite de oliva encaje en esa vida. Tenemos que incentivar el consumo en todos los países de la UE, porque estamos teniendo problemas, y el aceite de oliva tiene que estar en nuestra alimentación, es la base de la dieta mediterránea”, advierte Ávila, apuntando incluso a una tendencia a la baja.

El olivar es el principal cultivo de Andalucía y genera una importante contribución a la economía de la región, además supone un motor de creación de empleo y contribuye a la gestión del territorio, en lo que se refiere a las exportaciones es el encargado de equilibrar la balanza comercial. El principal problema al que se enfrenta este sector es la inestabilidad de los precios, que en ocasiones no alcanzan a cubrir los costes de producción. “Es un sector muy influenciado por variables de mercado que no tienen que ver con la oferta y la demanda, tenemos muchos vaivenes de precio, ahora mismo el pago en origen no se corresponde con lo que la ley de la oferta y la demanda debería marcar. Estamos por debajo de los tres euros por litro y un virgen extra nos cuesta producirlo más de eso, estamos siempre en el filo de



21 Millones de jornales crea la campaña de recogida de aceituna en Andalucía

navaja de que no nos salgan las cuentas”, lamenta el portavoz de COAG que asegura que en muchas ocasiones los agricultores pierden dinero.

Desde organización agraria insisten en reclamar una solución para esta situación: “es un error para los productores, para los consumidores y estructuralmente para Andalucía, porque el aceite de oliva supone mucho para la economía andaluza, debemos buscar un recurso que nos permita ofrecer precios dignos a los consumidores y estabilidad a los productores”.

Incentivar el mercado nacional y encontrar una fórmula que termine con la volatilidad de los precios son algunos de los retos que se marcha el sector del olivar, clave en la economía andaluza.



Elías Atienza

Director general de Corporación
Tecnológica de Andalucía (CTA)

Todos los sectores
económicos están
afectados por este veloz
cambio tecnológico y
una estrategia acertada
de innovación es la única
manera de detectar a
tiempo cómo
transformará mi
mercado y adaptarme
con éxito

La tecnología que viene en 2019

La innovación se erige como una herramienta clave para las empresas en 2019. La revolución digital afecta ya a todos los sectores y sigue avanzando, mientras que el buen tono de la economía favorece la veloz incorporación de nuevas tecnologías, muchas de ellas con un carácter disruptivo capaz de transformar por completo determinadas actividades y negocios. La apuesta por un sistema de innovación abierta es fundamental para hacer frente a esta situación y seguir siendo competitivos en este entorno cambiante y altamente tecnológico.

Muchas empresas hacen ya I+D+i, pero no siempre de una forma identificada, bien ordenada u orientada a los objetivos generales de la empresa. Ya no es suficiente destinar un porcentaje de la facturación a desarrollar algún proyecto de investigación ni mantener un departamento o un responsable aislado con el cartel de I+D+i. La innovación es un área estratégica más a tener en cuenta en la gobernanza de la empresa. La tendencia en boga es desarrollar un sistema de innovación abierta que permita incorporar y asimilar cualquier novedad o tecnología para hacer mi negocio más eficiente o rentable mediante el desarrollo de mejores productos y servicios o nuevas maneras de producirlos.

La última Estadística sobre Actividades de I+D, publicada recientemente por el INE, apunta a que el gasto en I+D en Andalucía vuelve a despegar, con un crecimiento del 4,6 por ciento en 2017, pero no a una velocidad suficiente, porque la intensidad en I+D permanece estancada y todavía muy lejos

de los objetivos marcados. Es necesario ir mucho más allá. Una buena parte del esfuerzo que hacen las empresas andaluzas en I+D no se visibiliza aún en estos datos porque muchas ni siquiera son conscientes o no la tienen reglada u ordenada. Por eso, desde CTA animamos a las empresas a abordar una estrategia estable y ordenada de innovación que permita sacar el máximo partido del esfuerzo realizado.

Como decíamos, 2019 será un año de grandes avances tecnológicos a los que estar atentos: la Inteligencia Artificial (IA), que permite automatizar o mejorar determinadas actividades humanas; el *big data*, para hacer rentable el ingente volumen de información que manejamos; la tecnología *blockchain*, que está transformando las transacciones; y, por supuesto, la ciberseguridad, que permita proteger a las organizaciones de los riesgos a los que nos expone toda esta digitalización. Y, en cuanto a grandes áreas de innovación, destacan la economía circular, con una nueva forma de producir y consumir tendente al residuo cero; la bioeconomía, o nuevo modelo económico que tiende a sustituir los recursos fósiles por recursos biológicos y renovables; la eficiencia energética; la agrotecnología; la medicina predictiva; la alimentación funcional, y la industria 4.0 o industria conectada.

Todos los sectores económicos están afectados de una u otra manera por este veloz cambio tecnológico y una estrategia acertada de innovación es la única manera de detectar a tiempo cómo transformará mi mercado y adaptarme con éxito.



Clever Global inicia su internacionalización

La empresa andaluza Clever Global, dedicada a la gestión global de proveedores y contratistas, ha comenzado su proceso de internacionalización con filiales en 14 países y una cuota de exportación del 65 por ciento del total de su facturación.

La empresa enfoca su actividad en la reducción de los riesgos asociados a la subcontratación, así como en gestionar la cadena de proveedores para convertirla en un objeto estratégico para clientes.

Finalizan las obras del hospital de Estepona

El alcalde de Estepona, José María García Urbano, ha anunciado la finalización del Hospital que se inició en junio de 2017 y ha cumplido el plazo previsto de ejecución de 18 meses. Los trabajos continuarán ahora para adecuar las instalaciones para su apertura. Las obras, con una inversión de 15 millones, han sido costeadas por el Ayuntamiento de Estepona en virtud de un acuerdo firmado con la Consejería de Salud de la Junta.

Worten inaugura su quinta tienda en Málaga

Worten ha inaugurado su quinta tienda en Málaga, en el Centro Comercial Larios Centro. Con este nuevo establecimiento, la compañía suma un total de 64 tiendas repartidas por el territorio nacional, 15 en toda Andalucía, siendo una de las zonas por la que Worten más ha impulsado su presencia en el último año. La nueva tienda ha supuesto una inversión de 760.000 € y la generación de 17 puestos de trabajo, 14 de ellos procedentes de la ciudad.

Nuevas ayudas para incrementar la economía social

La Consejería de Conocimiento, Investigación y Universidad ha ampliado en 675.078 euros la dotación de las ayudas concedidas para el fomento del empleo en cooperativas y sociedades laborales con el fin de atender todas las solicitudes presentadas que reúnen los requisitos exigidos. Esa cuantía adicional representa el 50 por ciento del importe inicialmente establecido y ya concedido, que ascendía a 1,35 millones de euros.

Tempos Energía suma a dos firmas de Granada

La empresas Plásticos Granada e Industrial Bolsera Granadina han gestionado para 2019 un contrato de energía que les generará un ahorro del 15% de su facturación energética actual a lo largo del próximo año, teniendo en cuenta el horizonte de cotización del mercado spot de electricidad. Dicho ahorro, lo van a poder llevar a cabo gracias al acuerdo suscrito con la consultora Tempos Energía, con una estrategia de compra, a corto y medio plazo.

DCOOP IMPULSA LA INDUSTRIA LÁCTEA CON SU PLANTA DE MÁLAGA

El grupo cooperativo invierte unos 12 millones de euros en dos nuevas fábricas para potenciar su apuesta por el sector del caprino de leche tras la alianza con el gigante francés Agrial. El objetivo es aportar un valor añadido al producto de los asociados

MARTA RAMOS

El grupo cooperativo Dcoop ha dado un fuerte impulso a la agroindustria en la provincia de Málaga, tras inaugurar este mes una central láctea en Antequera. Una planta que supone la recuperación de la industria lechera malagueña, tras el cierre hace años de Comercial Lechera de Málaga (Colema) y Láctea

Antequerana. Dcoop ha invertido 9,5 millones de euros en construir esta instalación habilitada para la recepción de 50 millones de litros de leche de cabra, que alberga una superficie construida de 2.708 metros cuadrados y una instalación fotovoltaica para su autoabastecimiento con una potencia instalada de 204 kw. Además de esta planta, el grupo está construyendo otra de similares características en el municipio sevillano de Lebrija, un proyecto que se enmarca en la misma estrategia de aumentar la apuesta por el sector lácteo y que supone una inversión de unos 2,5 millones de euros.





Instalaciones de la nueva planta láctea de Antequera (Málaga). ALEX ZEA

Dcoop cuenta con siete cooperativas productoras de leche (dos en Málaga y el resto en Sevilla, Huelva, Cádiz, Almería y Badajoz) que generan cada año unos 50 millones de litros de leche de cabra, lo que supone el 10 por ciento de la producción nacional.

Hasta ahora estas cooperativas comercializaban a granel la leche que producían, pero cuando comiencen a funcionar las nuevas plantas, será en ellas donde se concentre y se trate para fabricar el extracto quesero, materia prima que se utiliza para la elaboración de queso.

“Había una inquietud de avanzar en la cadena de valor y el primer paso era esta planta”, comenta a *elEconomista Andalucía* Esteban Cameros, responsable de Relaciones Corporativas de Dcoop, explicando que con estas nuevas instalaciones además, se facilita la logística, ya que, antes precisaban cuatro camiones para transportar la leche y ahora solo necesitan uno para llevar el extracto quesero hasta las distintas fábricas.

La planta de Málaga, con capacidad para tratar 12.000 litros de leche por hora funciona actualmente en fase de pruebas y el objetivo del grupo es que esté a pleno rendimiento en el próximo mes de enero. Las instalaciones albergan dos líneas para recepcionar la leche, una de tratamiento y otra de concentración.



Las instalaciones comenzarán a funcionar a pleno rendimiento en enero. ALEX ZEA

Alianzas con grandes grupos para reforzar la presencia internacional

■ Al acuerdo con Agrial se suman otras alianzas con gigantes internacionales como el convenio alcanzado con la marroquí Devico para alcanzar el 50 por ciento en Pompeian, o la compra del 20 por ciento de la americana Bell Carter con el objetivo de paliar en la medida de lo posible los aranceles interpuesto por Donald Trump a la aceituna de mesa española. Dcoop basa su estrategia para 2019 en incrementar su apuesta por el mercado internacional, para además de reforzar su liderazgo mundial en el mercado del aceite de oliva, crecer también en el resto de sectores

La construcción de estas dos nuevas plantas y la apuesta de Dcoop por la industria láctea se enmarcan en la alianza que firmó el grupo cooperativo el pasado mes de marzo con el gigante Agrial, considerada la segunda cooperativa más importante de Francia, con unos ingresos que superan los 5.000 millones de euros anuales.

Agrial cuenta ya con una fábrica de quesos, bajo su filial Fromandal, en Lebrija, contigua a la ubicación en la que se está construyendo la nueva planta láctea de Dcoop.

Además, el gigante francés comercializa en España las ensaladas Florette y trabaja con la marca Primeale, con sede en Jerez de la Frontera (Cádiz).

Dcoop factura con el sector del caprino de leche unos 26 millones de euros anuales, la alianza con Agrial y la apuesta por esta división pretende hacer crecer estas cifras y aportar valor añadido al producto que generan sus socios. En líneas generales, Dcoop ha logrado duplicar sus ventas en los últimos cinco ejercicios al pasar de una facturación de 541 millones de euros en 2013 a un total de 1.080 millones el pasado año. Todo ello gracias, en gran parte, a la expansión internacional, con ventas de 489 millones de euros en 2017 en un total de 60 países.

Josef Rimón CEO
de Novocadro.
ALEX ZEA



El 70% de las obras de
arte se vende fuera de
España. ALEX ZEA



NOVOCUADRO EXPORTA SU ARTE A MÁS DE 40 PAÍSES

La galería malagueña ha distribuido más de 2.100 piezas durante 2018 y se marca el reto de aumentar sus ventas internacionales en el año que ahora comienza

MARTA RAMOS

En pleno corazón de la Costa del Sol nació hace 15 años Novocadro Art Company, una galería de arte que basa su actividad en la decoración de viviendas y hoteles de alta gama y que ha logrado llevar sus obras a más de 40 países de todo el mundo.

Entre los principales clientes de esta particular galería se encuentran lujosas tiendas de decoración y exclusivos estudios de diseño e interioristas internacionales que buscan obras de arte originales para decorar villas de lujo, resorts y hoteles.

Novocuadro comenzó su actividad en 2003 en el municipio malagueño de Fuengirola pero apenas cuatro años después, con el inicio de la crisis económica, el mercado español se les quedó pequeño y decidieron dar el salto internacional.

“Comenzamos a participar en las ferias más importantes de Europa del mundo de la decoración, para dar a conocer nuestras obras de arte y así llegamos a clientes de Asia, EEUU o Nueva Zelanda”, comenta a elEconomista Andalucía Josef Rimón, CEO de la compañía. Desde entonces, la firma acude cada año a las principales ferias de decoración internacionales: Maison & Objet en París, Salone di Mobile en Milán, Imm en Colonia o Ambiente en Frankfurt, entre otras, donde revela sus nuevas colecciones y próximas tendencias.

Solo durante 2018, Novocuadro ha distribuido más de 2.100 obras de arte en 41 países diferentes, la mayor parte de ellos en Europa, pero también en Asia (China y Hong Kong) y Estados Unidos.

La galería cuenta con una cartera de colaboradores compuesta por más de 30 artistas españoles que crean de manera artesana unas 250 piezas nuevas cada año, el 70 por ciento de las cuales se comercializa fuera de España.

Jaime Jurado, Javier Gómez Mateos, Javier Torres, Oscar Cabana, Ana Matías o Juan Lara son algunos de los artistas que pintan los exclusivos cuadros que comercializa la empresa.

“Al trabajar con tantos artistas tenemos mucha variedad y un abanico muy amplio, todo el mundo encuentra lo que busca”, comenta Rimón.

Novocuadro ha participado recientemente en proyectos hoteleros internacionales como el de MHL Collection, el segundo grupo hotelero más grande de Irlanda, el Canyon Ranch Wellness Resort en Turquía, el Double Tree Hilton de Chile, el Ac Marriott de Marsella, el hotel Les Lodges Sainte-Victoire de 5 Estrellas en la Provenza Francesa o el Coral Suites de Tenerife, entre muchos otros. Actualmente, la empresa se encuentra inmersa en la reforma del Luxury Hôtel Chais Monnet en Cognac y en la del Hotel Boscolo Exedra de Niza de 5 Estrellas, donde pronto colgarán las obras creadas en Andalucía.

“Lo que nos distingue respecto a otras compañías es que nosotros no poseemos límites en ningún sentido. No tenemos límites ni geográficos, ni en cantidades y, por supuesto, nos adaptamos siempre a lo que el cliente requiere. Por difícil que parezca hacemos obras originales acordes a los deseos de nuestro consumidor”, destaca el CEO de la empresa.



La galería cuenta con 30 artistas que crean unas 250 piezas nuevas cada año

Las obras de arte que comercializa Novocuadro en sus dos líneas de negocio (viviendas y espacios hoteleros) rondan entre los 800 y los 4.000 euros. El pasado año, la galería facturó 1,2 millones de euros y este ejercicio lo cierra con unos ingresos de 1,4 millones de euros.

Novocuadro cuenta con dos sedes, un taller y punto de distribución en Fuengirola y una galería de arte abierta al público en Marbella. La ubicación en la Costa del Sol, donde prima la construcción de alta gama, ha permitido a esta galería de arte vender su producto con facilidad también en el mercado nacional e ir creciendo de manera progresiva año tras año.

Mantener la tendencia de crecimiento y aumentar la presencia nacional son los principales retos que se marca Novocuadro a medio plazo. “Queremos seguir creciendo, buscar más artistas y expandirnos en más países”, concluye el CEO de esta compañía que pretende hacer llegar su arte con sello andaluz a todos los rincones del mundo.

LAS FUNDACIONES ANDALUZAS POTENCIAN SU **LABOR SOCIAL**

Decenas de empresas andaluzas encauzan sus actividades solidarias a través de fundaciones, que atienden a miles de personas necesitadas en Andalucía

DAVID RODRÍGUEZ



Una de las actividades más desconocidas de decenas de empresas andaluzas es la destacada labor benéfica y solidaria que desarrollan a través de sus departamentos de responsabilidad social corporativa. En muchas ocasiones, esa labor se ha encauzado con la creación de fundaciones, buena parte de las cuales se encuentran asociadas en AFA (Asociaciones y Fundaciones Andaluzas). Esta organización comenzó su andadura en el año 2003 promovida por 21 fundaciones, y con vocación de ser instrumento y apoyo para todas las fundaciones que desarrollan su actividad en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La asociación se configuró como una entidad al servicio del sector no lucrativo, especialmente Fundaciones, Asociaciones Declaradas de Utilidad Pública y aquellas otras Asociaciones que persigan fines de interés general y sean aprobadas por la Junta Directiva.

Ahora AFA cumple 15 años y agrupa a más de 500 fundaciones y asociaciones de ámbito público y privado. Su trabajo va enfocado al fortalecimiento de estas mismas entidades sin ánimo de lucro a través de su apoyo, promoción y defensa en Andalucía.

Según su director gerente, Juan Luis Muñoz Escassi, “debemos concienciar a la sociedad de la importancia de las fundaciones y asociaciones en el desarrollo social y cultural, difundiendo sus nobles principios. En España aún no tenemos la cultura de la donación, algo que ya está muy asentado en otros países europeos o en Estados Unidos, del que estamos a años luz en este asunto”.

Son miembros de AFA las fundaciones de Cajasol, Unicaja, CajaGranada, Supermercados MAS, SAFA, Persán, Atlantic Cooper, Ayesa, Universidad CEU San Pablo, Cobre Las Cruces, Cruzcampo o Magtel, entre otras.

Algunas de las últimas actuaciones humanitarias dentro de este gran conglomerado de fundaciones, son las llevadas a cabo por la Fundación Cajasol y la Obra Social ‘La Caixa’, en este mes de diciembre. Antonio Pulido, presidente de Fundación Cajasol, y Rafael Herrador, hasta ahora director territorial de Caixabank en Andalucía Occidental (recién nombrado director en Madrid), anunciaban las 33 entidades sociales han recibido 863.000 euros dirigidos al desarrollo de los proyectos seleccionados, a través de los cuales más de 10.600 personas en situación de vulnerabilidad social y personas con discapacidad o con algún tipo de enfermedad tendrán oportunidades de mejora personal y social. La Convocatoria Andalucía 2018 tiene el objetivo de colaborar con entidades sociales no lucrativas que



Carrera infantil de la Fundación Atlantic Copper. A. DÍAZ



Actividades deportivas para personas con discapacidad. EE



Manu Carrasco y Jaimen Cantizano con "Andaluces compartiendo". EE



Exposiciones de información y concienciación. J. MARTÍNEZ

Un millón de europeos en fundaciones

El pasado 22 de febrero, la Junta Directiva de Asociaciones y Fundaciones de Andalucía (AFA) aprobó el nuevo Plan estratégico 2018-2020, con el que la entidad pretende seguir creciendo y llegar a nuevos asociados y usuarios. Europa aglutina unas 130.000 fundaciones que implican un gasto conjunto anual de más de 55.000 millones de euros y que emplean alrededor de un millón de personas, según los datos que maneja la organización Donors and Foundations Networks in Europe (Dafne).

dedican sus esfuerzos a llevar a cabo proyectos en Andalucía que dan respuesta a los retos sociales con mayor incidencia en la actualidad. En total, las ayudas sociales de las Convocatorias Andalucía 2018 destinarán 1,5 millones de euros a 56 proyectos, que llegarán a un total de 17.000 personas. Los 33 proyectos seleccionados tienen como líneas prioritarias de actuación la atención a la infancia, el aumento de oportunidades laborales para la inclusión social y el acceso a la vivienda social.

Hace unos días, la Fundación MAS presentaba su novena "Campaña 100.000 kilos de ilusión", una de sus acciones solidarias más consolidadas de su obra social y por la que se prevé entregar 100.000 kilos de alimentos a más de 6.000 hogares en Andalucía y Extremadura, durante este mes de diciembre. El vicepresidente de la Fundación y Presidente del Grupo Hermanos Martín, Vicente Martín, manifestaba que "en este programa contamos con más de 200 manos voluntarias, que dan toda su solidaridad y compromiso a las más de 6.000 familias que necesitan apoyo en un tiempo récord".

Otro de los grandes proyectos solidarios que recién creados es "Fundalogy", de la Fundación Unicaja. Se trata de una sociedad de responsabilidad limitada, presentada este mes, con capital 100% de la propia fundación bancaria, y cuyo fin esencial es servir de instrumento impulsor de iniciativas y proyectos de carácter emprendedor, valorando especialmente aquellos de utilidad social. Para una primera fase de dos años, se contará con una inversión inicial de 10 millones de euros. Su presidente, Braulio Medel, explica que "se valorarán fundamentalmente aquellos proyectos que contribuyan al desarrollo de la sociedad en general y que estén enmarcadas dentro de los fines fundacionales de la institución: sanidad, asistencial, educativo, servicios financieros, gestión cultural, deportes, etcétera".

AFA mantiene que "las fundaciones son como cualquier empresa, salvo que su beneficio es solidario y repercute directamente sobre la sociedad, más aún sobre los sectores más desfavorecidos. Por eso hay que profesionalizarlas y dotarlas de la misma gestión que requeriría cualquier otro negocio".

XIMÉNEZ LLEGA A AUSTRALIA E ILUMINA YA LOS 5 CONTINENTES

La empresa de la localidad cordobesa de Puente Genil ilumina la Navidad de ciudades de 40 países, entre ellos Nueva York, Moscú Tokio, o Dubai, además de todas las capitales andaluzas

JOSÉ LUIS LOSA

Con 600 empleados, directos e indirectos, y 45.000 metros cuadrados de instalaciones en Puente Genil (Córdoba) para la fabricación y almacenaje, Iluminaciones Ximénez o Ilmex Illumination –tal y como opera la marca a nivel internacional– es la empresa de iluminación decorativa y artística más extendida en España. Desde su sede cordobesa, y apoyada logísticamente por las distintas delegaciones de la firma en Madrid, Barcelona, Alicante, Granada y Málaga, participa en la fabricación e instalación de proyectos mundiales de iluminación de gran envergadura transmitiendo su concepto de calidad, vanguardismo y creatividad.

La historia de la compañía comenzó en la Navidad de 1945, cuando Francisco Jiménez decidió iluminar con una estrella luminosa el rótulo de su modesto establecimiento de electrodomésticos en Puente Genil. Es a principios de la primera década del presente siglo cuando la empresa cambia el concepto de iluminar por el de decorar. Y ahora, la tercera generación de este grupo de empresas familiar, ha convertido la iluminación navideña en toda una herramienta de promoción y atracción del turismo a nivel mundial.

“Tenemos presencia en más de 40 países y hemos realizado 600 trabajos este año, pero la noticia más destacada de todas es que por primera vez en nuestra historia hemos llegado a los 5 continentes. Por fin aterrizamos en



Vista de las instalaciones de Iluminaciones Ximénez. F. RUSSO

Australia y hemos decorado e iluminado varias de sus ciudades. No tenemos límites. Nos falta ir a la Luna y algún día la iluminaremos“, asegura el responsable de comercio exterior de Iluminaciones Ximénez, Francisco Jiménez.

En 2017 facturaron 35 millones de euros y esperan cerrar el presente ejercicio con más de 40 millones. Han pasado de vender 50 millones de puntos de luz en todo el mundo el pasado año, a 70 millones en 2018. Este ha sido el año de los mayores proyectos, tal y como afirman desde la empresa.

“En Estados Unidos ya teníamos presencia, pero cada vez nos adentramos en más estados. De esta forma, esta Navidad hemos iluminado uno de los mayores ‘lightshows’ del mundo, en un parque de atracciones de Chicago llamado Six Flags Great America, donde se encuentra el árbol navideño más grande del planeta, con 200 pies de altura, un megaproyecto que ha sido todo un reto. También hemos iluminado toda una cadena de hospitales en Ohio, hemos dado luz y color a Montreal, en Canadá, o a la Quinta Avenida de Nueva York, sin dejar de tener presencia en el continente europeo, donde, entre otros, hemos trabajado en un enorme proyecto de decoración para Moscú y otro de gran envergadura para distintas calles turísticas de Londres, como Carnaby Street”, cuenta exultante Francisco Jiménez.

Tampoco faltan proyectos en distintos puntos de España, como la de la plaza de San Francisco de Sevilla o malagueña calle Larios. Este último caso es un claro ejemplo del atractivo turístico que supone una ciudad iluminada a lo grande por Navidad: en 2017 el túnel de luz y sonido del centro de Málaga atrajo a casi 3 millones de visitantes en sólo un mes, generando un importante impacto económico en la ciudad.

El sector, a los niveles en lo que ya se mueve Iluminaciones Ximénez, es muy reducido, pues no tienen competencia a nivel nacional. Sus competidoras son internacionales. Por eso en este negocio familiar se hace un gran esfuerzo en I+D+i.

Próxima ampliación de las instalaciones

Otra de las ventajas con respecto a sus competidores internacionales, y que destacan desde Ximenez Group, es que su fábrica se encuentra en España, la cual ampliarán en breve para convertirla en la mayor plataforma logística de iluminación del mundo (actualmente se encuentra entre las cinco primeras). “A pesar de que la rentabilidad económica disminuye por tener



Proyecto realizado este año para la plaza de San Francisco de Sevilla. FERNANDO RUSO



Calle de Puente Genil iluminada por su empresa local de referencia. F. RUSO

nuestra fábrica en Puente Genil, la mano de obra cualificada es mucho mayor que la de los países del Este de Europa, los del Norte de África o China. Por eso no vamos a irnos a fabricar allí. Nos quedaremos en nuestro pueblo. Algo que juega a nuestro favor, al darnos el toque de calidad que a otros grupos les falta. Por no hablar ya de todo el empleo directo e indirecto que generemos en la comarca”, señala Francisco Jiménez.

Otra de las grandes alegrías que se ha llevado esta empresa cordobesa en 2018 ha sido la concesión por parte de la Administración autonómica de la Medalla de Andalucía, un galardón que reconoce su esfuerzo empresarial por ser un negocio dinámico y emprendedor a lo largo de sus 70 años de historia y que fue entregado por la presidenta de la Junta, Susana Díaz, en el acto celebrado el 28 de Febrero en el Teatro de la Maestranza. El premio lo recibió el presidente del grupo, Francisco Jiménez Rosales, que se lo dedicó a sus padres, a toda la familia y a todos sus trabajadores.



Tienda animal salta al mercado internacional

La firma malagueña de productos para mascotas Tiendanimal ha abierto este mes en la ciudad portuguesa de Oporto (dentro del Centro Comercial Mar Shopping) su primera tienda física fuera de España. Este local responde al “crecimiento de la demanda del mercado portugués” y se convierte en la tienda número 49 de la compañía. La sede de Oporto cuenta con más de 700 metros cuadrados y ofrece un catálogo de más de 8.000 productos.



MAS abre en Córdoba su primer supermercado

El grupo sevillano Hermanos Martín ha inaugurado su primer Supermercado MAS en la ciudad de Córdoba. El nuevo establecimiento cuenta con 650 metros cuadrados y está situado en la Ronda de Tejares, tras una inversión de 600.000 euros. Hasta el momento, la distribuidora solo operaba en la provincia a través de cuatro establecimientos ‘Cash Fresh’, ubicados en la capital (dos centros) y los municipios de La Rambla y Villa del Río.



Aedas Homes entra en Granada con 600 viviendas

La promotora Aedas Homes cuenta con una cartera de suelo finalista para 600 viviendas en dos sectores situados en el norte y oeste de Granada, ambos junto a la circunvalación, que responden al crecimiento natural de la ciudad de la Alhambra. Son áreas con una clara demanda residencial y un alto grado de consolidación de servicios urbanos. Aedas es una de las promotoras más importantes del escenario inmobiliario actual.



Alberto Gutiérrez, nuevo director de Airbus España

Airbus ha anunciado el nombramiento de Alberto Gutiérrez como responsable de su aviación militar dentro de Airbus Defence and Space, cargo que desempeñará a partir del 1 de enero de 2019. Además, ocupará el puesto de Head of Airbus Spain y supervisará el conjunto de las actividades de la compañía en el país. Relevará en el cargo al también español Fernando Alonso, que con 62 años se jubila tras 40 años de trabajo en Airbus.



Trops lanza un licor digestivo hecho de mango andaluz

Trops, la mayor comercializadora de mango nacional, ha lanzado un digestivo con el que quiere conquistar al consumidor español y europeo. Se trata del Mangocello, un licor de mango que se presenta como un producto novedoso que sirve para promocionar la imagen de Málaga como destino turístico y como zona líder en la producción de frutas tropicales en la península. Para su elaboración se utiliza alcohol puro (vodka) y mango maduro.

DISFRUTE DE LAS REVISTAS DIGITALES

de elEconomista.es

DFactoría & Tecnología
igital 4.0
elEconomista

Transporte
elEconomista **y Movilidad**

Inversión
elEconomista **a fondo**

Pensiones
elEconomista

Seguros
elEconomista

Agua
elEconomista **y medio ambiente**

Sanidad
elEconomista

País Vasco
elEconomista

Andalucía
elEconomista

Energía
elEconomista

Agro
elEconomista

Pymes
Autónomos y emprendedores
elEconomista

Valenciana
elEconomista **Comunitat**

Inmobiliaria
elEconomista

Franquicias
elEconomista

Iuris & lex
elEconomista

Buen Gobierno
elEconomista **y RSC**

Catalunya
elEconomista

Alimentación
elEconomista **y gran consumo**



Disponibles en todos
los dispositivos
electrónicos

Acceso libre descargándolas en:

- Descárguelas desde su ordenador en www.eleconomista.es/kiosco
- También puede acceder desde su dispositivo **Android** en **Play Store** 
- o **Apple** en **App Store**  escribiendo **elEconomista** en el **buscador** 

POR LAS ESQUINAS



Por **José Luis Losa**



EE



Tiempo de esperanza

En San Telmo

Por las esquinas de la Presidencia de la Junta de Andalucía reconocen que se siguen aferrando a la posibilidad de que el pacto entre el PP y Ciudadanos fracase y los socialistas puedan mantenerse en el poder, aunque esta hipótesis parece más un deseo que la realidad. La propia presidenta en funciones mantiene viva esa llama entre los suyos y lo demostró con la felicitación navideña que envió este año, y en la que apela a “mantener la esperanza viva”. En el otro lado, tanto en las filas populares como en las de la formación naranja, viven otra forma de esperanza que se traduce en júbilo ante el momento histórico que van a protagonizar. No obstante, algunos responsables de ambos partidos reconocen que van a ser momentos muy complejos por varios motivos: “Primero, tenemos claro que nos vamos a encontrar muchas sorpresas escondidas en los cajones de la Junta; segundo, vamos a tener que tomar medidas muy duras para enderezar una Administración pública que estaba al servicio del PSOE; y tercero, sabemos que se van a mirar con lupa todas nuestras medidas y palabras, así que habrá que ser muy claros y cautos”, señala un veterano dirigente popular.

En los Ayuntamientos

Por las esquinas de muchos consistorios de la región gobernados por el PSOE empieza ya a cundir el pánico ante la posibilidad de que el hundimiento de los socialistas en las elecciones del 2-D se pueda repetir en las próximas elecciones municipales del domingo 26 de mayo. Los alcaldes socialistas con mayor peso en las capitales andaluzas van a intentar plantear los comicios con una estrategia muchos más personalista y menos partidista, en un momento en el que

las siglas del partido liderado por Pedro Sánchez viven un momento crítico por la política que está llevando a cabo el presidente del Gobierno con los independentistas. Por contra, tanto PP como Ciudadanos potenciarán el discurso nacional en las municipales, aunque también reconocen su temor a que esta estrategia dé alas a Vox, como ha ocurrido en las elecciones autonómicas.

En Granada

Por las esquinas de la capital nazarí no ocultan su ilusión en que el actual presidente de la Cámara de Comercio y de la Confederación Granadina de Empresarios, Gerardo Cuervas, sea elegido el próximo mes presidente de Cepyme (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa) y vicepresidente de CEOE. Este ingeniero industrial de 47 años y consejero delegado del grupo Cuervas cuenta con el respaldo del nuevo presidente, Antonio Garamendi, y con buena parte de la cúpula de la patronal española. El empresario granadino accederá a un influyente cargo que no ostenta ningún andaluz desde Manuel Otero Luna. Además, el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha sido nombrado presidente de la Fundación CEOE.

En el Bar

Por las esquinas de la barra: “¿Será verdad el dato que me han dado hoy? Según un estudio estadístico, en Andalucía hay más cenas de empresa que empresas...”
Feliz Navidad y próspero 2019.