Revista mensual | 29 de noviembre de 2021 | Nº80

Andalucía

elEconomista.es 15 Años

ALARMA EN LA CONSTRUCCIÓN: LA SUBIDA DE LOS MATERIALES ELEVARÁ LOS PRECIOS UN 15%

La vivienda nueva será más cara para el comprador final desde enero de 2022

REPORTAJE

LA INDUSTRIA AEROESPACIAL FECHA EN 2023 SU RECUPERACIÓN

Andalucía
elEconomista.es

En Portada | P4
Alarma en la construcción por la subida de precio de los materiales

El coste de las obras se ha incrementado de media un 22% lo que podría elevar el precio de la vivienda nueva hasta un 15% a partir del próximo año.

Entrevista | P8
Álvaro G. Zafra, director general de CAEA.

"El suministro de alimentos está garantizado en Andalucía pero hay preocupación por la coyuntura internacional".

Industria | P16
El sector aeroespacial fecha su recuperación en 2023

La industria facturó 2.071 millones de euros en 2020, lo que supone un 27% menos que el año anterior. El empleo cayó en un 16%.

Actualidad | P14
La plantilla de Unicaja se revela contra el ERE y el cierre de oficinas

Trabajadores y sindicatos han convocado concentraciones para protestar contra el Expediente de Regulación de Empleo que afectará a unas 1.500 personas.

Turismo | P18
La pandemia dispara un 40% la demanda de viviendas turísticas

Andalucía se consolida como referente de este sector que genera cada año 1.700 millones de euros y da empleo a unas 27.000 personas.

Alimentación | P20
La subida de las materias primas lastra la campaña del mantecado

Algunos productos como el aceite de oliva o la manteca de cerdo han incrementado su precio un 50%, sobre coste que asumen las fábricas.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.
Presidente Editor: Gregorio Peña.
Director de Comunicación: Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora
Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo **Directora de elEconomista Andalucía:** Marta Ramos
Diseño: Pedro Vicente y Cristina Fernández **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega

Noviembre de protestas laborales y desacuerdos en Andalucía

Termina noviembre y Andalucía sigue sin aprobar su presupuesto para el 2022, a pesar de los intentos y los escándalos que han generado las cuentas en las últimas semanas. Un mes intenso en el panorama político, económico y empresarial andaluz que ha dejado imágenes, acuerdos y desacuerdos que sin duda pasarán a la historia.

Una de las imágenes históricas la han protagonizado los trabajadores de la industria del metal en Cádiz, una huelga indefinida durante nueve días para reclamar la actualización del convenio colectivo, caducado desde hace un año y una subida salarial conforme al IPC. Intensas movilizaciones, no exentas de polémica, captaron la atención a nivel nacional y lograron finalmente un acuerdo que convencía los sindicatos. La provincia con más paro de España alzó la voz para defender una de sus principales industria y motor de empleo.

> Las protestas laborales en la industria del metal y en las finanzas han marcado este mes la actualidad informativa en la región

Protestas también en el sector financiero, las calles de Málaga fueron escenario de las movilizaciones de la plantilla de Unicaja Banco contra el cierre de oficinas y el ERE que afecta a más de 1.000 trabajadores. Manifestaciones, protestas y reuniones que acabaron en bloqueo dando lugar a la primera huelga de la entidad.

Y en cuanto a los presupuestos andaluces, lo que en principio apuntaba a un acuerdo histórico en el que el PSOE facilitase la aprobación de las cuentas con su apoyo, terminó siendo otro acuerdo completamente opuesto. La filtración de los audios del vicepresidente, Juan Marín, sobre este asunto provocaron que las posturas más opuestas del parlamento tuvieran algo en común por primera vez en la legislatura.

El proyecto de Ley de Presupuestos andaluces para 2022, dotado con 43.816,3 millones de euros no superó el debate de totalidad ante el Pleno del Parlamento, tras haberse aprobado las respectivas enmiendas a la totalidad presentadas por los tres grupos de la oposición, PSOE-A, Unidas Podemos y Vox, que se votaron conjuntamente.

El acuerdo fue puntal y los desacuerdos habituales entre las formaciones volvieron el 25N, Día Internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer, donde Vox se negó a firmar el manifiesto reivindicativo rubricado por el resto de partidos, vetando así una declaración institucional de la Cámara que requería la unanimidad de todas las formaciones.

La formación logró una vez más romper con su rechazo y negación la unánime lucha contra una lacra que en lo que va de año se ha cobrado la vida de 37 mujeres y cinco niños en España, siete de las víctimas eran andaluzas.

Andalucía
elEconomista.es

Obras de construcción de nuevas viviendas en Málaga. Álex Zea

La subida de los materiales elevará el precio de la vivienda hasta un 15%

Fadeco Contratistas urge medidas a las Administraciones Públicas para tratar de paliar esta situación que amenaza al sector de la construcción. Las empresas están afrontando incrementos en el coste de las obras que rondan de media un 22%.

Marta Ramos.

La construcción, uno de los pocos sectores que había logrado casi esquivar los efectos de la pandemia, atraviesa desde hace meses una complicada situación también derivada de la crisis internacional que ha generado la situación sanitaria. Una subida del coste de las principales materias primas sin precedentes que podría elevar el precio de la vivienda nueva hasta un 15% al inicio del próximo año.

"El precio de la vivienda que se ponga a la venta el 1 de enero de 2022 puede estar un 15% por encima de la vivienda que se entregue este 31 de diciembre. El mercado no está preparado para subir un 15-18% a corto plazo", explica a *elEconomista Andalucía* Francisco Martinez-Cañavate, presidente de Fadeco Promotores.

La preocupación es "máxima" entre las empresas constructoras y promotoras, tanto las que se de-

Las constructoras que se dedican a la obra pública están siendo las más afectadas. Álex Zea

dican a la obra pública, como las que trabajan en el sector privado.

"El tema está generando una gran incertidumbre entre constructores y promotores debido a los incrementos de precio tan espectaculares que están experimentando las materias primas desde antes de principios de este año. Inicialmente se pensó que eran aumentos puntuales debido al incremento de actividad postcovid, pero poco a poco y acompañados por la subida en la electricidad y los derivados del petróleo vemos como tienden a asentarse", comenta el presidente de la regional andaluza.

Madera, aluminio, acero o vidrio son algunos de los materiales que más han incrementado su precio durante los últimos meses, acumulando subidas que alcanzan incluso el 30% en el caso del cobre. El encarecimiento de estas materias primas ha incrementado el coste total de las obras, de media, entorno a un 22%.

Según indican desde Fadeco Contratistas, el incremento de los precios está originando serios problemas a los constructores para cumplir con sus compromisos, tanto económicos como en plazo pudiendo llegar a ocasionar incluso la paralización de algunas obras.

Las constructoras que se dedican a hacer obra pública presentan gran preocupación porque tienen precios cerrados y no existe la revisión de precios en los contratos públicos, por lo tanto, todas las obras que están ejecutándose están abocadas a pérdidas.

"La situación de las constructoras que se dedican a la obra pública es complicada porque hay actividad, pero es trabajar para perder dinero. Las licitaciones de obra que salen actualmente siguen saliendo con precios anteriores a la subida de precios, están desfasadas y las empresas después del covid no tienen mucho pulmón para soportar la situación", advierte Martinez-Cañavate.

22% **De media ha aumentado el coste total de las obras por la subida de precio de las materias primas**

En el sector privado existe cierto margen de negociación y las constructoras están analizando y renegociando cada contrato para que las promotoras asuman parte del incremento de costes y así tratar de amortiguar las pérdidas.

Las promotoras también están sufriendo la situación y se encuentran precios cada vez más altos para construir edificios y viviendas y plazos de apenas

Franciso Martínez-Cañavate, presidente de Fadeco Promotores. Fernando Ruso

15 días para aceptar un presupuesto solicitado a una constructora.

Los compradores finales aún no han notado este incremento de precios que por ahora están asumiendo las empresas, pero si la situación se mantiene el precio final comenzará a elevarse en los próximos meses.

Esto se debe a que en la promoción inmobiliaria se trabaja con un sistema de precomercialización, es decir, lo que se está construyendo ahora está prácticamente todo vendido, porque las entidades financieras exigen un 60% de viviendas firmadas para conceder el préstamo al promotor.

"El temor es que a futuro si esta escalada de precios no remite pues nos veamos abocados a un incremento de precio de la vivienda al cliente final. Por un lado, pensamos que puede ser una situación coyuntural y que los precios si no vuelven a lo de antes, sí que se queden en una situación intermedia", indica el representante del sector.

Desde Fadeco Contratistas defienden la adopción de medidas que garanticen la aplicación automática de mecanismos de restablecimiento del equilibrio económico de los contratos, permitiendo la aplicación de revisión de precios u otras medidas que hagan viables las obras a futuro y, especialmente, una importante cantidad de obras adjudicadas y en ejecución, que se están viendo ahora seriamente comprometidas.

Con este objetivo, la Patronal del Sector en Andalucía ha dado el visto bueno a un documento de elaboración propia en el que solicitará a la Junta de Andalucía la inmediata actualización de la Base de Costes de la Construcción de la región, a la vez que exige que tome medidas, o las impulse, cuando no sean de su competencia, en relación con las obras en curso.

El sector exige un Decreto Ley que permita la revisión de precios en el sector público

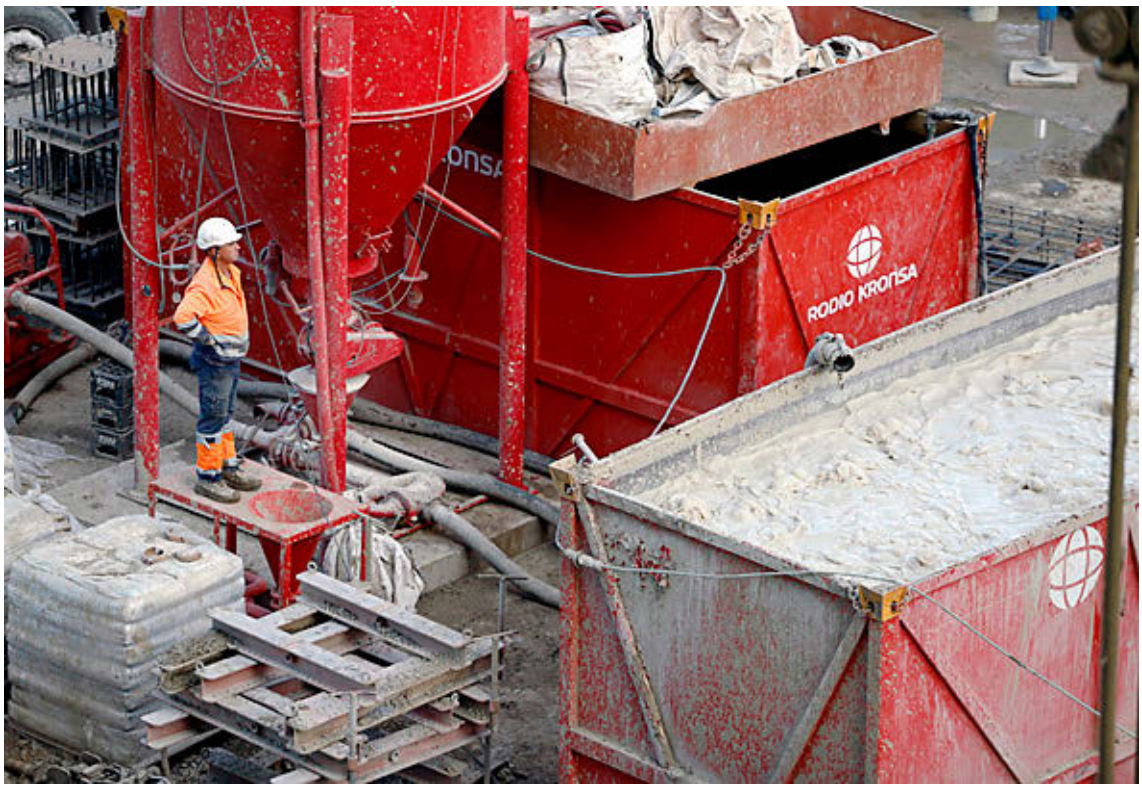
En este sentido, el presidente de Fadeco Promotores explica que el sector ha reivindicado la creación de un Decreto Ley a nivel nacional que permita la modificación de la ley de contratos del sector público, lo que haría posible la revisión de precios.

"Estamos pendiente de que el Ministerio de Economía y Hacienda apruebe este decreto para que se puedan revisar los precios de las obras en curso. Esto daría aire para que las empresas constructoras cobraran lo que se están gastando actualmente. Es un soporte jurídico para que las compañías puedan actualizar los precios y adecuarlos al incremento de coste de los materiales", explica.

Desde el sector advierten además que esta situación podría provocar grandes retrasos en las obras en curso de construcción o reforma de infraestructuras públicas. "Por ejemplo, el arreglo de un hospital, si una constructora ve que no le salen los números puede rescindir el contrato", advierte Martinez-Cañavate.

En el sector no quieren ni mencionar la palabra crisis e insisten en que esta situación nada tiene que ver con la grave recesión que sufrió el sector entre los años 2008 y 2014.

De hecho, explican que el escenario es prácticamente opuesto: entonces la oferta era mucho mayor a la demanda, los bancos no otorgaban préstamos ni



La situación podría provocar retrasos en infraestructuras públicas. Álex Zea

hipotecas y se creó un stock desmesurado de viviendas en manos de las entidades financieras, ahora hay más demanda y la vivienda que se construye se vende.

"¿Esto puede desembocar en una situación de crisis? Si, pero no se va a parecer a la anterior porque los componentes no tienen nada que ver, aunque evidentemente si los precios de la vivienda suben mucho la demanda no va a poder asumirlos. Actualmente hay mucha demanda de casas tanto en compra como en alquiler, pero esta situación va a incrementar los precios y eso afecta tanto al promotor como al comprador", aclara el presidente de Fadeco Contratistas.

> El mercado no está preparado para asumir una subida elevada en el precio de la vivienda

A esta compleja situación que atraviesa el sector, se suman las dificultades para encontrar mano de obra cualificada, un problema que las empresas llevan meses advirtiendo.

"Esta carencia, que también se observa en categorías de menos nivel, comienza a generar tensión laboral en la construcción, que igualmente comporta incrementos de coste en esta partida superiores a los determinados a través de la negociación colectiva, lo que se añade a los perjuicios que esta escasez de trabajadores ya provoca de por sí en la capacidad productiva de las empresas constructoras", explican desde la patronal.

Con el fin de ayudar a las empresas y contribuir a bajar la tasa de paro, la Junta de Andalucía ha puesto en marcha 80 acciones formativas que la Fundación Laboral de la Construcción impartirá para 1.290 personas desempleadas, con el objetivo de paliar el déficit de mano de obra cualificada en el sector.

Estas situaciones ponen en jaque a la construcción en un momento en el que destaca como uno de los sectores más dinámicos de la economía andaluza en este periodo de recuperación con una media de afiliación a la Seguridad Social en torno a los 264.600 cotizantes y un crecimiento en tasa interanual del 4,14%, lo que supone la incorporación de 8.100 afiliados en un año.

Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) del tercer trimestre del año, la construcción es el sector que más ha crecido en empleo en Andalucía en los últimos 12 meses en términos relativos, con un aumento del 10,47% y 21.200 nuevos ocupados. Su tasa de paro está situada en un 15%, siete puntos por debajo de la tasa de paro andaluza.

La Junta prepara medidas para amortiguar la situación

La Consejería de Fomento, Infraestructuras y Ordenación del Territorio negocia con el sector de la construcción soluciones para hacer frente a la subida de los precios de las materias primas. La consejera de Fomento, Marifrán Carazo, ha indicado que está trabajando dentro del marco de sus competencias en acciones que mitiguen "la preocupante situación que vive el sector por el incesante incremento del coste de los materiales". La revisión de los principales precios de la obra civil en los nuevos proyectos, la actualización de los precios de referencia y la creación de una nueva aplicación informática que tenga puesta el día la base de precios de la edificación figura entre las medidas que se están desarrollando desde esta Consejería. Carazo ha afirmado que "el Gobierno andaluz no puede permanecer impasible" ante el encarecimiento de los materiales que está padeciendo el sector de la construcción, en el que juega un papel relevante la subida de la energía provocado por el alza de los combustibles fósiles, petróleo y gas. "Cuando la economía andaluza apunta a una reactivación tras duros meses de pandemia, la energía empieza a convertirse en una de las principales amenazas que puede frenar el ritmo de la recuperación", ha lamentado la consejera.

ÁLVARO G. ZAFRA

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

"El suministro de alimentos está garantizado, pero hay preocupación por la coyuntura internacional"

Tras superar la pandemia ejerciendo un papel clave, el sector agroalimentario andaluz, que acapara una participación del 13,5% en el VAB regional, afronta ahora el inicio de la temporada alta navideña con la incertidumbre de la escasez de materias primas a nivel internacional y la amenaza de huelga en el transporte.

Por Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso.

¿Cómo definiría la situación actual del sector de la alimentación en Andalucía?
La situación actual la podemos calificar como compleja, no hemos salido aún de la pandemia, ni desde un punto de vista sanitario ni tampoco desde la grave crisis económica que ha generado, y estamos asistiendo a lo que los analistas económicos han denominado como la *tormenta perfecta*, marcada fundamentalmente por factores externos. Por una parte, la situación del sector de la distribución comercial alimentaria se ha normalizado y estabilizado en gran medida, por cuanto los consumos "prestados" que ha habido durante la pandemia, debido principalmente a las restricciones sanitarias en otros sectores como la hostelería, restauración, turismo, etc., están volviendo a sus canales habituales de venta. Por otra, la grave crisis económica en la que estamos inmersos co-

mo consecuencia de la pandemia y que hace que un porcentaje elevado de población, en torno a un 25%, esté atravesando dificultades, sitúa al sector en la necesidad de ser lo más competitivo posible para ofrecer soluciones y precios adaptados a esas necesidades, y ello conlleva mucha tensión a nivel comercial, a lo que el contexto internacional de la citada *tormenta perfecta* no ayuda en absoluto. En cualquier caso, nuestro sector está muy satisfecho del papel que está desempeñando en estos difíciles momentos, siendo ejemplo de capacidad de adaptación a los cambios, de eficiencia y eficacia a lo largo de toda la cadena, y de respuesta a las necesidades y demandas de los consumidores, que son el centro de las políticas comerciales de nuestras empresas.

Estamos a las puertas de la temporada alta de ventas por las fiestas navideñas y nos encontramos con algunas incertidumbres derivadas de esa crisis energética internacional. ¿Cómo está afectando esta situación al sector?

En primer lugar, queremos trasladar a los ciudadanos un mensaje de tranquilidad, dado que nuestro sector alimentario y toda la cadena de valor ya han demostrado recientemente durante la pandemia y otras situaciones excepcionales (nevadas y temporales, inundaciones, terremotos, la erupción del volcán en La Palma, etc.) su competitividad, que constituye la mayor garantía de abastecimiento y minimización del impacto de la *tormenta perfecta*. El suministro de alimentos y productos básicos de primera necesidad está garantizado en todo caso. No obstante, el sector del gran consumo está preocupado por la coyuntura internacional y, sobre todo, por el encarecimiento de los costes, principalmente carburantes y transporte, con gran peso en el sector, y también energéticos y de electricidad, que por la refrigeración de los frescos tiene igualmente bastante importancia en alimentación al tener que estar permanentemente conectados.

¿Han aumentado los andaluces sus compras por miedo al posible apagón?

En nuestro sector de alimentación y productos básicos de primera necesidad de momento no se está acusando un repunte sustancial de consumo debido al anuncio de un posible apagón mundial. Cabe destacar que, en cuanto al gran consumo respecta, no hay escasez de productos concretos, más allá de casos puntuales como determinadas marcas de bebidas espirituosas de alta graduación de importación, debido fundamentalmente a los problemas del transporte internacional, en concreto, en el Reino Unido. No obstante, algunos proveedores sí están acusando retrasos y encarecimiento de materias primas como vidrios, tapones, plásticos o cartón, utilizados básicamente en nuestro sector para los envases y *packaging*.

"El sector del gran consumo está preocupado por el incremento de costes del transporte y los carburantes"

"Las administraciones nos deben permitir garantizar el abastecimiento a pesar de la huelga de transporte"

Otro aspecto a tener en cuenta ese el anuncio de la huelga de transporte a nivel nacional justo antes de Navidad. ¿Qué les parece esto desde CAEA?

El sector del transporte es fundamental en toda la cadena de valor agroalimentaria, y está acusando en gran medida el incremento de costes y la subida de los carburantes, así como otros anuncios del Gobierno central en relación con el futuro cobro por el uso de las carreteras. La Administración debe buscar soluciones a la compleja situación actual y apoyar el correcto desenvolvimiento de los sectores empresariales, minimizando en cualquier caso el incremento de costes y evitando nuevas imposiciones fiscales. Es evidente que la anunciada huelga desde el punto de vista temporal está fijada en unas fechas de significativo impacto en el resto de sectores empresariales a los que afecta y, en concreto, al gran consumo, dado que

son días prenavideños con unas ventas muy importantes. En cualquier caso, la regulación de las autoridades debe permitir a nuestro sector y a toda la cadena de valor seguir garantizando el abastecimiento, ocurra lo que ocurra y bajo cualquier circunstancia, porque hemos demostrado que somos capaces de asegurar el suministro incluso en las circunstancias más adversas y con las máximas restricciones, salvo cuando las autoridades no son capaces de salvaguardar el orden público y el suministro.

Desde CAEA, exigen la declaración de la distribución alimentaria como sector esencial. ¿Por qué es tan importante esto?
Precisamente para eso, para garantizar el abastecimiento en todo caso y bajo cualquier circunstancia, por adversa que sea. En el ya histórico Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declaró el estado de alarma para la gestión de la crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19 se decía que las autoridades competentes adoptarían las medidas necesarias para garantizar el abastecimiento alimentario, permitiendo la distribución de alimentos desde el origen hasta los establecimientos comerciales, incluso si fuese necesario con la movilización de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y de las Fuerzas Armadas con el fin de asegurar el buen funcionamiento de toda la cadena agroalimentaria. Es decir, desde un primer momento se fue plenamente conscientes del papel estratégico del sector comercial esencial y de toda su cadena de valor, papel que reivindicamos de forma permanente, ya que no solo somos esenciales en momentos de crisis o catástrofes, sino que lo somos siempre y así solicitamos ser tratados. Este reconocimiento de la esencialidad ya ha sido realizado por la sociedad y la opinión pública en general, y ahora demandamos a las Administraciones que se produzca también desde el punto de vista legal para que, ante cualquier eventualidad, sigamos teniendo esa capacidad de actuar que garantice el abastecimiento de alimentos y productos básicos de primera necesidad, es decir, que permita a los empresarios cumplir su función sin trabas, ocurra lo que ocurra y bajo cualquier circunstancia.

El sector de la alimentación ha jugado un papel clave durante toda la pandemia. ¿Qué han aprendido los empresarios?
En general, la distribución comercial y toda la cadena de valor agroalimentaria se han visto fortalecidas durante la pandemia. Las empresas han llevado a cabo una labor ejemplar, garantizando en todo caso el abastecimiento y las medidas de prevención, siendo uno de los países europeos que menos rupturas de *stock* ha tenido. Esto ha merecido el reconocimiento al trabajo desarrollado por parte de los ciudadanos, de la opinión pública en general y de las Administraciones. Destacaría tres aprendizajes fundamentales de este duro periodo de pandemia. Por una parte, la necesidad de incrementar la colaboración de todos los eslabones de la cadena de valor agroalimentaria. El segundo aprendizaje es el ejemplo de la motivación de los equipos humanos y unión empresa-trabajador. Por último, también todos hemos aprendido a valorar mucho más lo que tenemos, una ejemplar red de distribución comercial de proximidad.

"El comercio ya ha sido reconocido como esencial por la opinión pública y ahora se tiene que hacer también de manera legal"

"Hemos echado en falta mayor colaboración y consenso del Gobierno central con los empresarios"

¿Y qué han echado en falta por parte de las Administraciones?
Hemos trabajado conjuntamente con la Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía durante toda la pandemia, y seguimos haciéndolo en la actualidad, cuestión que agradecemos públicamente porque es un ejemplo de colaboración permanente entre la Administración y el administrado en

momentos en los que así se requería. No obstante, esto no ha sido así con todas las Administraciones, se ha echado en falta especialmente a nivel nacional mayor colaboración y consenso con las empresas y, en concreto, con nuestro sector, que ha dado un ejemplo de auto regulación en situaciones críticas. En estos complejos momentos necesitamos por parte de las Administraciones un entorno favorable, con la máxima seguridad jurídica y estabilidad, para el correcto desenvolvimiento de la actividad empresarial, y que no se incrementen las trabas regulatorias, administrativas o la carga fiscal.

Ahora en esta etapa de recuperación también está ocupando un papel destacado el sector de la alimentación. ¿Cuáles son las fortalezas de Andalucía en este sentido?
Es precisamente Andalucía una Comunidad Autónoma que puede presumir de sector agroalimentario, dado que es el de mayor tamaño de España con una participación del 13,5% en el VAB regional (20.314 millones de euros), y un peso del 19,9% en el total nacional (incluidos el sector primario, la industria alimentaria y la distribución). Andalucía nos regala auténticas *joyas* alimentarias, productos de la máxima calidad que son un referente de la *marca Andalucía* y de la *marca España* y que debemos poner en valor. Nuestro territorio es tan extenso y fructífero que tenemos mucho, variado y de la máxima calidad. Tenemos una distribución comercial de alimentación y perfumería con gran diversidad de formatos y enseñas y una menor concentración que en otros países europeos, donde tres o cuatro enseñas copan el mercado. Estamos hablando de más de 4.300 supermercados en Andalucía, aproximadamente un supermercado por cada 2.000 habitantes, una red ejemplar de establecimientos de proximidad apoyada por 500 plataformas logísticas. Asimismo, para el necesario mantenimiento del comercio de proximidad se hace fundamental la labor del canal mayorista y *cash*. Andalucía concentra la mayor sala de ventas del canal mayorista de todas las autonomías españolas, con 163 puntos de venta repartidos en 429.891 metros cuadrados, lo que supone el 27% de este canal a nivel nacional.

¿Y las carencias?
El sector debe profundizar aún más en la transformación digital integral de las compañías, que es el reto más inmediato e irrenunciable que tenemos como *retail* y, más extensivamente, como cadena agroalimentaria. El *ecommerce* en alimentación no pasaba del 2% del total de las ventas en alimentación, y durante la pandemia se ha incrementado entre el 50% y el 100%. Pero la transformación digital es mucho más que el comercio *online*, la digitalización implica transformar el modelo de negocio. Es decir, apostar por la omnicanalidad y aprovechar las oportunidades para interactuar con el cliente y captar sus preferencias, necesidades y deseos.

Ya para terminar, ¿qué retos le quedan por cumplir al frente de CAEA?
Mi obsesión es consolidar los pilares sobre los que se sustenta CAEA.Y por supuesto, los múltiples retos del sector son también mis retos: la adaptación constante a las exigencias del nuevo consumidor; la transformación digital, la omnicanalidad y el *ecommerce*; las sinergias turismo-comercio y con otros sectores de la cadena de valor; la permanente apuesta por la innovación y por la calidad de los productos; la economía circular y la adecuada gestión de residuos o la movilidad sostenible. En definitiva, desafíos para contribuir a la necesaria triple sostenibilidad del sector: económica, social y medio ambiental.

"Andalucía puede presumir de tener el sector agroalimentario de mayor tamaño de España"

"La transformación digital integral de las empresas es uno de los grandes restos del sector"

Carmen Ronchel
Responsable del sector Biotecnológico
en Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA)

Un mapa para impulsar la bioeconomía andaluza

El desarrollo de la bioeconomía es una necesidad y una oportunidad, tanto para el conjunto de la sociedad como para las empresas. Para conseguir una sociedad menos dependiente de recursos de origen fósil, cuyo consumo está acelerando un proceso de cambio climático, necesitamos avanzar en el desarrollo y consolidación de una industria de base biológica. El objetivo es transformar las materias primas biológicas renovables en sustancias químicas, materiales, productos y energía de origen biológico, en sustitución de sus versiones fósiles. El proyecto ATRESBIO, liderado por CTA y financiado por la Consejería andaluza de Transformación Económica con fondos FEDER, ha lanzado un mapa *online* de la bioeconomía andaluza para identificar los actores disponibles con el fin de potenciar su desarrollo.

Es fundamental la colaboración entre los actores que forman parte de la bioeconomía, para generar nuevas alianzas estratégicas y sinergias de manera que toda la cadena de valor aproveche el potencial disponible. Por eso, el mapa interactivo de ATRESBIO (*https://atresbio.corporaciontecnologica.com/*) facilitará dicha colaboración, ya que recopilará información de empresas y grupos de investigación andaluces que prestan servicios de innovación avanzados y especializados en bioeconomía.

En este momento, existe una apuesta a nivel europeo, nacional y regional por la Bioeconomía como motor crucial de innovación y desarrollo económico sostenible y de la recuperación socioeconómica post-Covid. Andalucía posee los recursos y capacidades necesarios para el desarrollo de la bioeconomía debido a tres factores relevantes: una abundante producción de biomasa, la presencia de un sector industrial desarrollado y una extensa red de conocimiento. Es necesario aprovechar este potencial.

Esta industria desempeña un papel esencial a la hora de reducir la dependencia europea de las importaciones de materias primas estratégicas, estimular el crecimiento sostenible e impulsar la competitividad de Europa contribuyendo a la revitalización de las zonas rurales y costeras. El proyecto ATRESBIO persigue contribuir a posicionar Andalucía como región de referencia internacional en el desarrollo de la bioeconomía, tanto a nivel de actividades de I+D+i, como de transferencia de tecnología, emprendimiento y la construcción y consolidación de cadenas de valor para la obtención de bioproductos derivados de subproductos del olivar, la horticultura y la biomasa algal (subsectores identificados como prioritarios por la Estrategia Andaluza de Bio economía).

Desde CTA, animamos a todas las empresas, investigadores y demás entidades relacionadas con la bioeconomía a incorporarse a este mapa contactando con nosotros y utilizarlo para encontrar socios y vertebrar nuevas cadenas de valor en este ámbito. Supone una oportunidad relevante para posicionar a Andalucía en una industria en crecimiento y con potencial de generar riqueza y empleo.

Industria

Cádiz recupera la normalidad tras la huelga del sector del metal

Tras nueve días de huelga indefinida con protestas en la Bahía gaditana y el Campo de Gibraltar, la provincia comienza a retomar la normalidad tras el acuerdo alcanzado entre los sindicatos y la Federación de Empresas del metal. Un convenio caducado en diciembre de 2020 y pendiente de renovación ha sido el detonante del conflicto, que empezó con dos jornadas de paros previa a la huelga indefinida comenzada el día 16. Unas protestas que además de por la negociación del convenio se han tornado, coincidiendo con el cierre acordado por los sindicatos de la planta de Airbus en Puerto Real, en una reivindicación por la industria en la provincia. Los días de protestas, acompañados de reuniones de negociación entre patronal y sindicatos sin acuerdo, empezaron con barricadas y enfrentamientos con la Policía en las puertas de los astilleros y cortes en la carretera de San Roque a La Línea como puntos más emblemáticos. Mientras que en el Campo de Gibraltar las protestas se han mantenido en el mismo punto todos los días de huelga, la carretera donde se ubican la grandes industrias. La huelga terminó con un acuerdo de subida de un 2% fijo a tabla durante los próximos tres años con un incremento del 80% de lo que supere el propio IPC sobre esos dos puntos cuando se conozca en enero. CGT no aprueba el acuerdo alcanzado por CCOO y UGT.

Política

PSOE, Unidas Podemos y Vox tumban el Presupuesto para 2022

El proyecto de Ley de Presupuestos andaluces para 2022, dotado con 43.816,3 millones de euros, con un crecimiento del 9 por ciento respecto al de 2021, no ha superado el debate de totalidad ante el Pleno del Parlamento, tras haberse aprobado las respectivas enmiendas a la totalidad presentadas por los tres grupos de la oposición, PSOE-A, Unidas Podemos y Vox, que se han votado conjuntamente, y que han sido rechazadas por PP-A y Ciudadanos (Cs), partidos del Ejecutivo autonómico. Concretamente, las enmiendas a la totalidad han contado con 60 votos a favor (PSOE-A, Unidas Podemos, Vox y los diputados no adscritos procedentes del antiguo grupo Adelante Andalucía) y con 47 votos en contra (PP-A y Cs). El rechazo a las cuentas de 2022, primero que se produce en la comunidad desde 1995 cuando el PSOE-A no logró sacar adelante el presupuesto por el rechazo de PP e IU (en la IV legislatura), supone que el Gobierno andaluz tendrá que prorrogar los presupuestos actualmente vigentes, los de 2021. Está será la sexta prórroga de un presupuesto de la comunidad en la historia de la autonomía, ya que el Gobierno andaluz, en la etapa del PSOE-A en la Presidencia, ya tuvo que prorrogar en cinco ocasiones las cuentas autonómicas para el siguiente ejercicio.

Energía

Endesa y Cepsa se alían para impulsar el hidrógeno verde

Endesa y Cepsa, junto al grupo IQE, han suscrito una alianza para impulsar un proyecto de hidrógeno verde en Andalucía, vinculado, eso sí, a recibir fondos europeos para su desarrollo, según consta en una presentación remitida por la eléctrica a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). En concreto, el proyecto se basaría en el suministro a Cepsa de hidrógeno verde para que sus refinerías y petroquímicas de Huelva y Algeciras sustituyan el consumo de gas natural por esta energía. El proyecto, aún en fase embrionaria, arrancaría primero en la refinería de Algeciras, indicaron a Europa Press en fuentes del sector.

Así, esta alianza puede suponer para la región de Andalucía convertirse en un referente en el desarrollo de hidrógeno por su situación geoestratégica. Además, el proyecto, de ser impulsado por los fondos europeos contribuiría al desarrollo de Andalucía, una región muy afectada por los altos niveles de desempleo. Cepsa anunció el pasado mes de octubre el relevo en la cúpula de la compañía a partir del 1 de enero de 2022, con el nombramiento del holandés Maarten Wetselaar como nuevo consejero delegado, que sustituirá a Philippe Boisseau. Con este cambio al frente de la petrolera, el grupo prevé además lanzar su nuevo plan estratégico.

La plantilla de Unicaja se revela contra el ERE y el cierre de oficinas

Los trabajadores han convocado concentraciones contra los Expedientes de Regulación de Empleo que afectan a unas 1.500 personas tras la fusión con Liberbank. La entidad y el sindicato no han alcanzado acuerdos.

Marta Ramos. Fotos: Jaime Fernández

Los sindicatos convocan nuevas movilizaciones.

La fusión de Unicaja Banco y Liberbank conlleva otra novedad y es que incluye en el ERE a los empleados de entre 50 y 55 años, que estaban fuera del proceso y cuya indemnización, junto a la de los menores de 50,va el cierre de 36 oficinas en Andalucía y un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que afecta a 1.513 trabajadores de la entidad en Andalucía, Castilla y León y Castilla-La Mancha. La plantilla comenzó a principios de mes una campaña de movilizaciones para reivindicar mejores condiciones, concentraciones que se prolongarán durante las próximas semanas al no haber acuerdo entre las partes.

Tras varias concentraciones, los sindicatos presentaron una propuesta conjunta a la que el banco respondió con una contraoferta que supone mantener los 1.513 despidos y la movilidad geográfica, pero con algunas mejoras en las condiciones económicas ofrecidas.

"Absolutamente insuficiente", así de tajante se mostraron los sindicatos al valorar la propuesta de la entidad, por lo que la convocatoria de huelga sigue adelante.

Según los sindicatos, Unicaja ha propuesto que los empleados de entre 59 y 63 años que tengan una antigüedad mínima de 10 años salgan con el 57% del salario bruto (la última propuesta ofrecía un 55% para una antigüedad superior a 15 años) y convenio con la Seguridad Social, descontando el importe de la prestación por desempleo, hasta los 63 años.

A los trabajadores de 57 y 58 años con antigüedad mínima de 10 años, Unicaja Banco les ofrece ahora prejubilarse con el 55% del salario bruto (antes el 52%) y convenio con la Seguridad Social, descontando el importe de la prestación por desempleo, hasta los 63 años.

Para los empleados que tengan 56 años el 31 de diciembre de 2021, la indemnización propuesta es un pago único del 55% del salario anual multiplicado por 4,5 veces, con un tope de 135.000 euros y convenio especial hasta los 61 años, sin descontar desempleo (antes ofrecía 4 veces el 50% del salario,

Concentración de trabajadores frente a la sede central de Unicaja en Málaga.

hasta 120.000 euros). Para los mayores de 63 años, mantiene el pago de 20 días de salario con un máximo de un año.

Otra novedad es que incluye en el ERE a los empleados de entre 50 y 55 años, que estaban fuera del proceso y cuya indemnización, junto a la de los menores de 50, será de 33 días por año trabajado, hasta 24 mensualidades, con una prima de 1.000 euros por trienio vencido (anteriormente propuso 30 días de salario hasta 20 mensualidades).

Los sindicatos no aceptaron la contraoferta planteada por Unicaja y han convocado la primera huelga y concentraciones en Málaga y en Sevilla. Las próximas reuniones están convocadas para el 1 y 2 de diciembre y el periodo de negociación termina el día 3. Si las partes no alcanzan un acuerdo Unicaja podría aplicar de manera unilateral las condiciones que estime oportunas.

"Ante la cerrazón de Unicaja a acercar posturas con la representación sindical y dado que siguen sobre la mesa 1.513 despidos en unas condiciones indignas y apuntando, directamente, a las personas menores de 50 años ante la negativa de la entidad de ofrecer buenas condiciones de salida al colectivo de mayores, una movilidad geográfica forzosa 'a la carta', una homologación laboral que creará plantilla de primera y de segunda y una desregulación horaria que afectaría al 15% de la plantilla (1.300 personas), toda la representación sindical de Unicaja ha convocado la primera huelga en la entidad", informaban desde CCOO. Coincidiendo con la jornada de huelga se celebraron concentraciones en Sevilla, Albacete, Ciudad Real, Cuenca, León, Valladolid y Toledo.

"A pesar de la asistencia masiva a las movilizaciones de ayer, Unicaja no ha dado pasos orientados al acuerdo y las posiciones entre empresa y sindicatos están tan distanciadas que la mesa se halla bloqueada y las partes han dado por concluida la reunión. Tras la propuesta conjunta realizada por la representación sindical, la empresa ha seguido mostrando una cerrazón que nos aboca a la forzosidad de las medidas de extinción y movilidad, algo que es totalmente inasumible para la totalidad de los

Los sindicatos convocan una huelga ante el bloqueo de la negociación

sindicatos de Unicaja", añadían desde el sindicato

La provincia andaluza más afectada por el ajuste de empleo en oficinas es Málaga, con 112, seguida de Almería con 67; Jaén con 51; Sevilla con 41; Cádiz con 33; Granada con 25; Córdoba con 13 y Huelva con 12.

El ajuste planteado por Unicaja para mejorar su rentabilidad y eficiencia, aprovechar las sinergias y evitar las duplicidades tras la integración de Liberbank también implica el cierre de 36 oficinas en Andalucía, 18 de ellas en Málaga, diez en Jaén, cinco en Almería, dos en Cádiz y una en Sevilla.

Ante esta situación, los sindicatos exigen al Gobierno Andaluz que se implique en el conflicto laboral. "La Junta de Andalucía ni debe ni se puede poner de perfil ante este conflicto laboral que tiene un marcado carácter social", apuntaba Fernando Cubillo, secretario general de CCOO en Málaga.

En este sentido, el consejero de la presidencia, Elías Bendodo, mostraba su apoyo a los trabajadores, poniendo a su disposición los recursos necesarios para minimizar el impacto en el empleo.

La industria aeronáutica inicia su lenta recuperación

Andalucía Aeroespace crece y ya cuenta con 76 empresas. El sector 2.071 millones en 2020, un 27% menos.

Marta Ramos.
Fotos: Fernando Ruso.

La industria aeroespacial fue una de las más afectadas por la pandemia de la economía andaluza. El frenazo del tráfico aéreo y la consecuente crisis de las aerolíneas impactó directamente en el sector al frenarse la demanda de nuevos aviones. Este año se ha iniciado un lento proceso de recuperación que se prolongará hasta el 2023 en el caso de las aeronaves continentales y durará algunos años más en el segmento intercontinental.

"La previsión que manejamos es continuar esa rampa progresiva de incremento de la capacidad de producción que hemos perdido casi en un 40% durante la pandemia. Nosotros tenemos una dependencia bastante alta de Airbus que es la principal empresa tractora", comenta a *elEconomista Andalucía* Juan Román, director gerente de Andalucía Aeroespace.

La pandemia provocó una importante caída en la cadencia de producción, donde por ejemplo el modelo *A320* pasó de 60 aviones al mes a 40, y el modelo *A350* que pasó de fabricar nueve aviones todos los meses a apenas a seis. No obstante, el segmento militar tuvo un comportamiento mejor y logró mantener la cadencia programada del modelo el *A400M* con 8 aviones al año.

Este descenso en la producción estuvo acompañado de una caída de la facturación que bajó un 27% con respecto al 2019. La industria facturó el año pasado 2.071. También se redujo el empleo, aunque en menor porcentaje, quedando en 12.177 puestos directos, que supone un 16% menos.

A pesar de la crisis compleja que atraviesa la industria, el clúster Andalucía Aeroespace sigue crecien-

Juan Román, director gerente de Andalucía Aeroespace.

do y suma ya un total de 76 empresas entre socios aeronáuticos y colaboradores, que representan más del 70% del total de la facturación del sector.

En lo que va de año se han incorporado siete nuevas empresas aeroespaciales: Ningenia, Geci, Studec, Dekra, Ensia, Alter y MCE. Entidades que se dedican a actividades muy diversas como ingenierías, ensayos y pruebas industriales o del segmento Espacio.

Por otro lado, siguen acompañando al clúster 20 empresas de servicios que se vinculan al sector, segmento al que en este 2021 se han incorporado Ansys, empresa de tecnología de simulación, y Caixabank, como entidad financiera de referencia para Andalucía Aeroespace.

Crisis de larga duración

Los directivos de Andalucía Aerospace hacen hincapié en que se enfrentan a una crisis de larga duración, mayor que en otros sectores. Por lo que apelan a la necesidad de que las Administraciones apoyen "más que nunca" a un sector estratégico para Andalucía, que sigue contribuyendo con un 1,41% al PIB global andaluz y lidera los *rankings* de exportación.

> EL sector facturó 2.071 millones en 2020, un 27% menos que el ejercicio anterior

Las protestas de los trabajadores no han logrado frenar el cierre de la planta de Airbus en Puerto Real (Cádiz), lo que ha supuesto otro golpe para la industria en la región.

"Sin duda siempre es una mala noticia que cierren un centro de producción, vemos muy valorable que se hayan podido mantener los puestos de trabajo y estamos muy a la expectativa de que la plaza de Cádiz pueda seguir siendo importante y manteniendo el peso de la industria aeroespacial que ha tenido siempre. Entendemos que había cuestiones productivas que hacían insostenible mantener Puerto Real, pero nos atemos a las declaraciones que ha hecho Airbus de que sigue contando con la provincia de como una zona importante para esta industria", apunta en este sentido el director del clúster.

Precisamente sobre la situación de Cádiz, Andalucía Aeroespace apuesta porque finalmente se pueda terminar el proyecto del Centro de Fabricación avanzada (CFA), ya que consideran que ayudará especialmente a las pymes para seguir desarrollando proyectos de innovación y de transformación de sus procesos productivos.

La pandemia provocó una importante caída en la cadencia de producción de aviones.

Por otro lado, estiman que van a surgir nuevas oportunidades en negocios emergentes como los vehículos no tripulados o *UAV*, para lo que consideran esencial que que salga adelante el *proyecto CEUS* del Arenosillo en Huelva.

También Andalucía Aerospace apuesta por el desarrollo del MRO o mantenimiento de aviones. Recientemente todos los socios mantuvieron un encuentro con los principales directivos de Ryanair en Sevilla para conocer más detalles de sus proyectos de expansión.

Finalmente, otra oportunidad de negocio que marca el clúster Andalucía Aeroespace es el segmento *New Space*, donde jugará un papel importante Alter Technology, empresa especializada en Espacio que va a reforzar las iniciativas en estos nuevos negocios.

La inversión en tecnología para avanzar en el proceso de digitalización y seguir creciendo en nuevos mercados internacionales son algunos de los principales retos de la industria aeroespacial andaluza.

La pandemia dispara un 40% la demanda de viviendas turísticas

El sector genera cada año alrededor de 1.700 millones de euros y da empleo a unas 27.000 personas. La región se consolida como referente en esta modalidad de alojamiento acaparando el 45% de la demanda nacional.

Marta Ramos. Fotos: Alex Zea.

Carlos Pérez-Lanzac, presidente de la asociación AVVA.

El 2021 está siendo un año de recuperación de cifras turísticas y aunque la región todavía no ha alcanzado los datos de 2019, la actividad ya se acerca a la normalidad. No obstante, la pandemia ha generado notables cambios de tendencia a la hora de viajar, los turistas huyen de aglomeraciones, buscan privacidad y sentirse como un lugareño más, preferencias que han incrementado un 40% la demanda de viviendas turísticas en la región.

"La pandemia ha acelerado muchísimas de las tendencias que estaban previstas para los próximos años. Hemos visto que los turistas preferían alojarse en este tipo de alojamientos tanto en ciudades como en zonas rurales o destinos vacacionales, la gente iba buscando seguridad, tranquilidad y privacidad", comenta a *elEconomista Andalucía* Carlos Pérez-Lanzac, presidente de la Asociación de Viviendas Turísticas de Andalucía (AVVA).

Andalucía cuenta actualmente con unas 77.000 viviendas registradas como alojamientos turísticos, pero la ausencia de viajeros en los meses más complejos de la alerta sanitaria provocó que el 30% de los propietarios se decantara por el alquiler convencional en régimen de media y larga temporada. En ciudades como Málaga y Sevilla se ha perdido el 40% de la oferta en esta modalidad de alojamientos.

"Los propietarios se refugiaron en el alquiler para hacer frente a los gastos ante la falta de turistas, habrá un volumen importante que ya no vuelva a este sector. Al final está quedando el producto más profesionalizado y competitivo para el viajero", apunta el presidente.

Empleo en Andalucía

Este sector en auge genera un impacto económico en Andalucía que ronda los 1.200 millones de euros al año, además crea un puesto de trabajo por cada dos viviendas, lo que supone que actualmente da empleo a unas 27.000 personas. "Es un turista que genera un impacto en la economía local mucho mayor que el de otro tipo de alojamiento, seis de cada diez euros que gasta se quedan en el destino, en taxi, alquiler de coche, comercio de proximidad, tiendas de recuerdos, restauración…", destaca Pérez-Lanzac.

El 80% de las viviendas turísticas están gestionadas por empresas especializadas.

Con estos datos, la región se ha convertido en un referente nacional en esta modalidad, absorbiendo el 45% de la demanda nacional de viviendas turísticas. "El 30% de los viajeros no vendría a Andalucía si no existiese esta tipología de alojamientos", asegura el portavoz del sector.

Casi el 80% de las viviendas turísticas de Andalucía están ya gestionadas por empresas especializadas, que trabajan principalmente en zonas donde predominan las segundas residencias y los propietarios no pueden encargarse de la gestión del alojamiento. Cada vez son más las empresas internacionales que se fijan en la comunidad para desarrollar su modelo de negocio por la alta demanda de clientes que quieren disfrutar de vacaciones andaluzas.

Una de ellas es Belvilla, compañía especializada en alquiler de casas vacacionales en Europa que ha encontrado en Andalucía uno de sus principales destinos. La empresa cuenta con 230 viviendas en la región, 90 de ellas ubicadas en la Costa del Sol, y ofrece a sus clientes todo tipo de alojamientos, desde grandes villas, fincas rurales o casas en la playa hasta apartamentos urbanos.

"Estamos muy contentos, Andalucía es un mercado muy importante para nosotros, somos muy positivos con esta región y con el futuro porque la demanda crece mucho. Los holandeses han aumentado un 25% este año, los españoles 20% y los belgas un 13%. Creemos que el destino va a ser aún más importante en el futuro", explica a *elEconomista Andalucía* Elise Renaud, directora de Desarrollo de Negocio en Belvilla para España y Portugal.

La European Travel Comission marca con sus previsiones que la normalidad quedará instaurada en lo que al turismo se refiere entre finales del 2023 y principios del 2024, por lo que el próximo 2022 vol-

1.2000 Millones de euros genera el sector de la vivienda turística cada año en Andalucía

verá a ser un año de recuperación de mercado y de precios también en la vivienda turística.

La profesionalización y la excelencia son las principales metas hacia las que avanza el sector. "El nivel de calidad ha crecido mucho, los clientes son cada vez más exigentes, quieren recomendaciones locales, no sentirse como un turista, vivir experiencias auténticas, integrarse y ser uno má, por eso nivel de exigencia es muy alto", explica el presidente de AVVA. Un segmento que gana terreno en un sector competitivo donde la calidad del alojamiento marcará la imagen del destino.

La subida de la materia prima lastra la campaña del mantecado en Estepa

El Consejo Regulador prevé la comercialización de unas 16.000 toneladas de dulces, un 5% más que el año pasado, pero lejos de las 22.000 de 2019. El municipio ha vuelto a alcanzar este año el pleno empleo con la activación del turismo navideño.

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso.

La campaña ha generado 2.000 empleos directos.

Las fábricas de mantecados y polvorones de Estepa (Sevilla) trabajan a pleno rendimiento desde hace un par de meses para garantizar el abastecimiento de dulces navideños, industria que genera cada año en la comarca un impacto económico que ronda los 70 millones de euros. Tras la caída de ventas y la ausencia de turismo el año pasado, el sector se enfrenta ahora al incremento de precios del suministro eléctrico y de las materias primas, que acumulan subidas del 50% en algunos productos.

"El inicio todos los años es emocionante por lo que el mantecado supone para Estepa en términos de empleo y economía, la campaña está transcurriendo con normalidad, hay más alegría que en 2020, pero ahora nos encontramos con este lastre , a lo que se suman los problemas de abastecimiento de la industria auxiliar como el cartón", comenta a *elEconomista Andalucía* José María Fernández, presidente del Consejo Regulador de la IGP Mantecados y Polvorones de Estepa.

La manteca de cerdo y el aceite de oliva, dos ingredientes clave para elaborar estos dulces, han incrementado su precio cerca de un 50%, y el cartón donde se envasan ha subido un 35%. "Esto supone una losa encima del fabricante, porque repercutir los precios en el consumidor es muy complejo, así que lo están asumiendo las fábricas", apunta.

Las fábricas que componen el Consejo Regulador van a elaborar y comercializar este año unas 16.000 toneladas de mantecados y polvorones, lo que supone un 5% más que el año pasado, sin embargo, la cifra queda todavía lejos de las 22.000 que se venían produciendo cada temporada antes de la pandemia.

"Bajar es muy fácil, pero subir es más lento, esta campaña vamos a intentar recuperar algo y la siguiente seguiremos con la misma ilusión y las mismas ganas que Estepa pone cada año en la producción de sus mantecados y polvorones", comenta el presidente.

La cifra que sí se ha recuperado este año es la del empleo, la campaña ha generado unos 2.000 pues-

El 85% de la plantilla de las fábricas de mantecados son mujeres.

tos de trabajo directos y otros 2.500 indirectos, cifras similares a las que se registraban en 2019.

Los meses fuertes de producción del mantecado han coincidido con la recogida de la aceituna, lo que unido a la reactivación del turismo ha provocado que el municipio haya vuelto a alcanzar este año el pleno empleo.

Estepa, con más de 12.500 habitantes, tenía en julio 1.125 desempleados, cifra que en octubre ha bajado hasta los 668, lo que además supone 100 parados menos que en el mismo mes del año pasado. La tasa de paro del municipio en apenas un 7,6%, frente al 22,41% de la media andaluza.

Una industria, la de los mantecados y polvorones fundamentalmente femenina, en la que el 85% de los trabajadores son mujeres, y basada en la tradición, ya que, los mantecados y polvorones se siguen elaborando con las mismas recetas e ingredientes desde hace más de 150 años.

A estas cifras de empleo ha contribuido en gran medida el sector del turismo que el año pasado, por las restricciones de movilidad implantadas por el Gobierno andaluz para controlar la pandemia, fue prácticamente nulo. Desde hace varias semanas, Estepa ha comenzado a recibir miles de visitantes que llegan al municipio atraídos por su patrimonio cultural, pero sobre todo por su tradición pastelera.

Las principales fábricas de mantecados, polvorones y chocolates abren al público para recibir a cientos de personas que llegan atraídas por conocer esta tradición ancestral y realizar compras de cara a las fiestas navideñas. Un turismo industrial que también se deja notar en el comercio y la hostelería del pueblo que durante estos meses refuerzan sus plantillas contratando más personal.

Las previsiones en este sentido son positivas y es que el municipio espera superar las cifras de 2019, cuando recibió más de 35.000 personas durante la campaña navideña.

2.000 Empleos directos y unos 2.500 indirectos genera la campaña del mantecado

"En cuanto ha llegado el frío han comenzado las visitas, antes incluso que otros años, se está notando que la gente tenía ganas de visitar Estepa, que además de la tradición del mantecado tienen un amplio patrimonio cultural, artístico y religioso ", apunta el presidente. Una Navidad diferente, que ya parece acercarse a la normalidad y en la que Andalucía volverá a poner el sabor de los dulces que llenan las mesas de los hogares españoles.

Andalucía está en el 'top 5' de las ventas de AliExpress en España.

AliExpress supera las previsiones con su primera tienda en Andalucía

Más de 1.000 personas visitaron el nuevo punto de venta en Sevilla durante la inauguración. La región está entre las cinco comunidades españolas donde más vende el gigante asiático del comercio electrónico.

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso.

AliExpress, el gigante asiático del comercio *online*, ha querido estrechar lazos con sus clientes andaluces, ya que la región acapara una parte importante de los compradores registrados que el marketplace tiene en España. Con este fin la plataforma perteneciente al Grupo Alibaba ha abierto este mes en Sevilla su primera tienda física en Andalucía. Ubicada en el centro comercial Lagoh, la tienda AliExpress Plaza abrió sus puertas el 11/11, coincidiendo con el *Día Mundial del Shopping,* la principal campaña de descuentos y ventas de la web, lo que generó gran expectación en la ciudad. Más de 1.000 personas hicieron cola aguardando a la apertura para ser los primeros en hacerse con alguno de los 1.000 productos que se pueden comprar en este nuevo espacio. Un interés, que aunque con menos intensidad, se ha mantenido en estas primeras semanas de actividad.

Más de 1.000 personas visitaron la nueva tienda en Sevilla durante la inauguración.

"Estamos muy contentos con la respuesta del público de Sevilla, el nivel de visitas ha superado todas nuestras expectativas. Aunque no damos datos concretos de ventas, sí que podemos decir que la mayoría de los visitantes han realizado compras en nuestra nueva tienda, sobre todo en los primeros días con las campañas de ofertas y descuentos", explica a *elEconomista Andalucía* Julio Gil, responsable de Comunicación de AliExpress España.

Sexta tienda en España

La tienda de Sevilla es la sexta que la compañía abre en España y la primera fuera de Madrid y Barcelona, lo que muestra el alto nivel de ventas que el portal web realiza en Andalucía. A pesar de que AliExpress es reacia a compartir información sobre su actividad, desde la compañía han confirmado que Andalucía se encuentra en el *top 5* de comunidades españolas en cuanto a ventas en su *marketplace*.

"Andalucía es un sector importante de nuestro *marketplace* y no lo teníamos representado, así que trabajamos con nuestro socio local para abrir en Sevilla y así acercarnos más a nuestros clientes en esta ciudad y en toda la región", comenta Gil.

Con una extensión de 335 m2, la nueva tienda AliExpress Plaza cuenta con unos 1.000 productos de cerca de 50 marcas distintas, entre las que se encuentran algunas de primera línea como Xiaomi, Ikohs, InnovaGoods o Braun. Las principales categorías de productos que ofrece este punto de venta físico son tecnología de consumo, móviles, televisión, productos con licencia y belleza.

Tras la apertura en Sevilla, la compañía aprovechó el *Black Friday* para inaugurar su séptimo punto de venta físico con una nueva tienda en Madrid, en el centro comercial La Vaguada. Estas tiendas no tienen relación con el *marketplace online* de la compañía y solo muestran una pequeña selección del amplio catálogo de productos disponibles en la web. A pesar del éxito de la tienda de Sevilla, AliExpress no planea por ahora nuevas aperturas en Andalucía. "Aún es muy pronto para proyectar algo más, tenemos que ver la respuesta de los clientes", apuntaba el responsable de Comunicación.

Manuel Parejo Guzmán
Director general de Flacema

La crisis en el sector de la construcción

El sector de la construcción ha conseguido recuperar durante 2021 muchos de los niveles previos a la crisis del Covid-19. La licitación pública total en España se situó en el primer semestre de 2021 en 10.555 millones de euros, por lo que es previsible que a final de año se alcancen los 18.188 millones de euros de 2019. No obstante estas cantidades resultan del todo insuficientes si las comparamos con los más de 40.300 millones de licitación pública total del año 2007.

Si analizamos los datos de visados de obra nueva en España ocurre algo similar: es muy probable que a final de 2021 se recuperen valores similares a los que ya teníamos a final de 2019, justo antes de la pandemia. También estaremos ante datos muy por debajo de los que se manejaron antes de la crisis de 2008.Los indicadores de consumo de cemento también nos ofrecen datos bastante positivos. A nivel nacional, según datos de Oficemen, se espera un crecimiento del consumo de cemento de un 9,5% aproximadamente. A nivel regional este incremento podría situarse en el entorno del 13,5%.

Estos datos, a primera vista tan positivos para el sector de la construcción, deben ser tenidos en cuenta con mucha prudencia. La deuda total de nuestro país supera ya el 122% y el déficit se situará a final de año en el entorno del 8,6%. Por otro lado España sigue manteniéndose a la cabeza de la UE en materia de desempleo, con una tasa de paro del 14,6%. Esta circunstancia, unida a una inflación galopante del 5,4%, no resulta nada positiva, teniendo en cuenta además que los niveles de recuperación del PIB están muy por debajo de lo deseado. En 2020, el PIB se redujo un 10,45% y, en este año, a pesar de que algunos prevén un rebote de un 6,5%, los más conservadores (la UE) lo sitúan en el entorno del 4,5%. En este 4,5%, está ya incluido el efecto positivo que podrían tener los fondos Next Generación, a pesar de toda la incertidumbre que rodea a estos fondos. Existen otras amenazas, como el precio de la electricidad, del gas, de los derechos de emisión de CO_2 y de muchas materias primas, que enturbian aun más esta percepción tan positiva, restando competitividad a la industria en general. En este contexto resulta fundamental mandar a los mercados señales de estabilidad, seguridad jurídica y apoyo a la iniciativa privada, para que sea capaz de generar empleo, que es la mejor y única medicina para mejorar la situación.

Turismo

La cadena Mett abrirá un nuevo hotel 5 estrellas en Estepona en 2022

Mett Hotel & Beach Resort prevé abrir sus puertas en verano de 2022 tras una remodelación completa del actual hotel Iberostar, que supondrá una inversión de 15 millones de euros. El complejo hotelero contará con 225 habitaciones y 28 exclusivas suites con vistas frontales como la METT Suite, con 492 metros cuadrados repartidos en habitaciones, salón, jardín y piscina privada. El alcalde de Estepona, José María García Urbano destacaba durante la presentación del proyecto la seguridad jurídica y agilidad administrativa que ofrece el Ayuntamiento de Estepona, lo que favorece importantes inversiones turísticas. Entre ellas, dos hoteles que han abierto sus puertas recientemente: El grupo Ikos Resorts, con su primer todo incluido de lujo en España y El Pilar Hotel Boutique, en el centro de la ciudad. "Durante la última década hemos reposicionado nuestra marca turística", comentaba.

Innovación

El proyecto 'eCitySevilla' cumple dos años con 70 entidades adheridas

El proyecto eCitySevilla, liderado por la Junta de Andalucía (a través de las consejerías de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, y de Hacienda y Financiación Europea -mediante la Agencia Andaluza de la Energía), el Ayuntamiento de Sevilla, el Parque Científico y Tecnológico Cartuja (PCT Cartuja) y Endesa, cumple dos años desde su puesta en marcha con 69 entidades adheridas a la iniciativa. 24 meses de trabajo influidos por la pandemia del coronavirus en los que a pesar de ella se han llevado a cabo desde los distintos grupos de trabajo que hay detrás del proyecto (energía, edificación, movilidad sostenible y digitalización) más de 20 acciones para contribuir a la creación de un modelo de ciudad en ecosistema abierto, digital, descarbonizado y sostenible en 2025. Los cuatro grupos de trabajo actúan de manera coordinada en base a los objetivos globales del proyecto.

Recuperación

El comercio reivindica su carácter estratégico en la recuperación

El sector del comercio ha reivindicado este mes su carácter estratégico como motor de la recuperación económica en España, por su peso en el PIB y en el empleo del país y su carácter vertebrador tanto a nivel económico como social. Y ha reclamado a las administraciones públicas que reconozcan y apoyen este papel fundamental en el actual escenario de superación de la crisis, con medidas que garanticen la flexibilidad y competitividad necesarias para hacer frente a los principales retos que tiene el sector, como la transición digital y el ecommerce o la trasformación hacia modelos de negocio alineados con las nuevas exigencias de sostenibilidad. Así lo han trasladado los participantes del I Encuentro CEOE del Sector Comercio en España, organizado por la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo de CEOE (C4), en colaboración con laConfederación de Empresarios de Andalucía (CEA).

Tecnología

Málaga celebra su primera 'Mobile Week' del 9 al 12 de diciembre

La capital de la Costa del Sol celebra su primera Mobile Week Málaga del 9 al 12 de diciembre con el objetivo de acercar la tecnología a la ciudadanía a través de una semana repleta de actividades, más de 150, que recrearán un espacio participativo, integrador y lúdico para conectar a toda la ciudad en torno a la transformación tecnológica y digital. Se trata de una iniciativa de Fundación Mobile World Capital Barcelona, que organiza el Ayuntamiento de Málaga a través de FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) y con la colaboración del Polo Nacional de Contenidos Digitales. Mobile Week Málaga es un proyecto alineado con el posicionamiento de la ciudad como enclave tecnológico e innovador internacional y que sitúa a la ciudadanía en el centro del proceso de digitalización, promoviendo un acceso universal y formado a las tecnologías para evitar posibles brechas digitales.

Andalucía se fija como la huerta ecológica de Europa

La región acumula 1,1 millones de hectáreas certificadas, lo que supone el 23,58% de la superficie agraria total y la mitad del cultivo en esta modalidad de toda España

Marta Ramos. Fotos: Álex Zea.

Andalucía es desde hace décadas la huerta de Europa, pero ahora ha logrado también consolidar este papel en agricultura ecológica. La Comunidad ha logrado fijarse como región europea líder en producción certificada, con el 23,5% de la superficie agraria, lo que supone 14 puntos por encima de la media española, que está en un 11%.

La región cuenta con 1,1 millones de hectáreas de cultivo en producción ecológica, acaparando así casi la mitad de la superficie certificada en España. Actualmente en Andalucía hay unos 17.700 operadores de ecológico, lo que supone uno de cada tres del total nacional.

En el ámbito agroindustrial, Andalucía cuenta actualmente con más de 3.000 industrias ecológicas; y en

Cristóbal Hevilla, propietario de la finca ecológica Familia Hevilla.

cuanto a la ganadería, supera los 643.000 animales y concentra el 24% de las cabezas de ganado certificadas de todo el país.

El propio presidente del Gobierno Andaluz, Juanma Moreno, destacaba el papel de la región a nivel europeo durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático de 2021 (COP26) celebrada este mes en Glasgow.

Moreno subrayaba que, con estos datos, Andalucía está en disposición de alcanzar en 2023 el objetivo del 25% marcado por la Unión Europea para 2030. Esto es, siete años antes. En este sentido, el presidente avanzó las ayudas puestas en marcha por su gobierno para impulsar la agricultura ecológica dotadas con 155 millones de euros.

La producción aumenta al mismo ritmo que crece el interés de los ciudadanos hacia el consumo de productos saludables, un cambio de tendencia que venía dejando crecimientos periódicos en el mercado Andaluz desde hace varios años. Sin embargo, en los últimos meses esta tendencia positiva se ha ralentizado como consecuencia de la crisis derivada de la situación sanitaria.

"Estamos en un momento complicado en la economía, el interés por el producto ecológico va creciendo poco a poco, pero ahora estamos notando un leve descenso en el consumo, porque los mercados aún no se han recuperado de la pandemia", explica a *elEconomista Andalucía*, Cristóbal Hevilla, propietario de Familia Hevilla, una de las principales explotaciones ecológicas de la provincia de Málaga.

En Andalucía hay actualmente 17.700 operadores ecológicos, 1 de cada 3 del total nacional

El sobre coste de las materias primas también ha llegado al campo andaluz y los agricultores están tratando de amortiguar las subidas sin que repercuta demasiado en el bolsillo del consumidor para no disparar los precios en plena recuperación de mercados.

"Hay un poco de miedo en la población porque todo se está poniendo más caro, hay miedo en el ambiente a que todo vaya a peor. A nosotros nos han subido el precio en el cartón, los envases, el vidrio, la energía, la gasolina, etc. Todo. Así que tendremos que aumentar levemente los precios para poder hacer frente a los costes de producción", apunta el agricultor.

Aumenta la superficie ecológica, se diversifican los mercados y crece por tanto la competencia.

Cultivos ecológicos de Familia Hevilla en Coín.

"Las grandes cadenas todas se han apuntado más seriamente al mercado ecológico, estos grupos siempre tienen un fuerte componente de 'lavado verde', pero hay supermercados que han visto que la cota de mercado es alta y lo están haciendo más en serio", comenta Hevilla.

Una trazabilidad para garantizar que un producto es saludable y sostenible que sin embargo choca con la huella de carbono que genera su exportación.

"El problema es el de siempre, para nosotros en la catalogación de un producto como ecológico debería estar incluido el requisito de la temporalidad y la cercanía. Si consumimos productos ecológicos pero vienen de muy lejos el concepto de ecológico se rompe totalmente", subraya el agricultor insistiendo en la importancia de consumir alimentos de temporada y de kilómetro cero.

La Junta exige medidas para mitigar el coste de producción

La consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, ha anunciado que en la próxima Conferencia Sectorial de Agricultura del día 9 de diciembre solicitará "una compensación especial por parte del Ministerio" para mitigar los costes de producción a los que están haciendo frente los productores del campo. "La Junta de Andalucía no se va a echar hacia atrás", ha recalcado Crespo, afirmando que el Gobierno andaluz "va a apoyar, conjuntamente con las demás administraciones, las medidas que se planteen para abordar las circunstancias que actualmente afectan al sector agrario". En este sentido ha apuntado que para Andalucía, la Política Agraria Común (PAC) es una "cuestión prioritaria" porque el 12 por ciento del PIB de la región se corresponde con la actividad del campo y "este potente sector genera empleo y, a lo largo de los años, ha dado posibilidades a las zonas rurales andaluzas" para mantener su población. Por esta razón, como ha recordado la responsable del ramo, el Gobierno andaluz y las organizaciones representativas del sector se unieron en contra del "cambio de 180 grados" que se proponía desde el Ejecutivo central y mostraron su rechazo a las modificaciones de la Política Agraria Común, conocida como la PAC.

Artesanía Rocianera lleva los picos por toda España con su tienda 'online'

La empresa onubense ha puesto en marcha un proyecto en colaboración con la catalana Enjoy Your Snack para vender aperitivos acompañados por tradicionales regañás en máquinas expendedoras y en supermercados Alcampo.

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso.

Ángela Serafín, propietaria de la empresa.

Los picos y las regañás, pequeños bocados crujientes que acompañan tapas y raciones, son uno de los productos más típicos de la gastronomía andaluza en los hogares, pero sobre todo en bares y restaurantes. Fuera de la región es complicado encontrarlos, pero Artesanía Rocianera los vende desde hace algunos años por toda España a través de su tienda *online*.

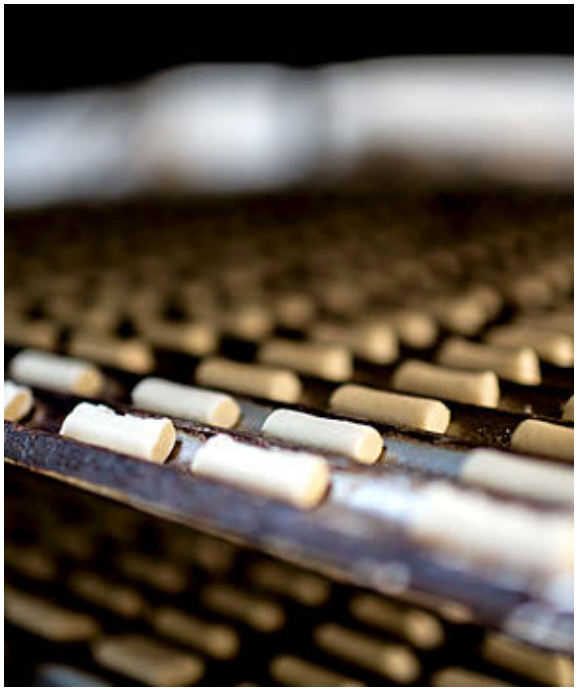
Melchor Camacho, fundador de esta empresa, trabajaba en una cooperativa de pan en Rociana del Condado (Huelva), la compañía echó el cierre y decidió emprender su propio negocio especializado en regañás de la mano de su mujer Ángela Serafín y de sus cuñados. En 2002 Artesanía Rocianera comenzó a vender sus primeros picos en el pueblo y poco después ya se comercializaban en distintos puntos de la provincia.

Ahora, a punto de cumplir 20 años de actividad, la compañía comercializa sus productos a través de distribuidores en Huelva, Cádiz, Sevilla e incluso en Tenerife. Aunque todavía las ventas *online* ocupan un porcentaje bajo de su volumen de negocio, este canal permite vender por todo el territorio nacional, Madrid, Barcelona y Galicia son las zonas donde más éxito tienen estos picos onubenses.

"Los madrileños son los que más se parecen a nosotros en la forma de comer, aquí en el sur es muy normal que te pongan unos picos o unas regañás en cualquier bar, pero fuera de Andalucía no se da tanto. Aun así, hay muchas personas que están aquí de vacaciones prueban el producto y después lo quieren comer en su casa", comenta a *elEconomista Andalucía* Ángela Serafín.

Un producto artesanal, que se elabora con ingredientes naturales y sin conservantes y que se vende principalmente en pequeños comercios, además de en el canal de hostelería, que acapara el 40% de su negocio.

"No nos gustan las grandes superficies porque te absorben, te centras solo en ellos y cuando ya no les interesas, te dejan fuera del mercado", comenta la propietaria.



La empresa elabora sus productos con ingredientes naturales y de manera tradicional.

El interés por estos picos tradicionales ha llegado incluso a China y la empresa ha recibido varias ofertas para exportar sus productos al país asiático, aunque por ahora lo descartan, ya que la ausencia de conservantes en la elaboración hace que su vida útil sea demasiado corta.

"Nosotros intentamos que nuestro producto salga lo más fresco posible, desde que lo fabricamos hasta que el cliente lo consume intentamos que no pase más de un mes. Por eso es complicada la exportación, lo hemos estudiado, pero ahora mismo es inviable. Los picos y las regañás perderían mucha calidad en el tiempo del transporte", comenta.

Por ahora el negocio no sale de España, pero en el mercado nacional no para de crecer. La compañía acaba de firmar un acuerdo con la empresa catalana Enjoy Your Snack a la que venden colines a granel para fabricar unos aperitivos a base de chacina que se comercializarán en máquinas expendedoras y en la cadena de supermercados Alcampo. Un proyecto previsto para 2020, pero que quedó paralizado por la pandemia.

Como en la mayoría de sectores, el aumento de precios de la materia prima está dificultando la actividad de la compañía desde hace varias semanas. "El mercado es muy competitivo y se está complicando mucho con la subida de precio. Nos llaman para decirnos que nos suben la harina y al mes nos vuelven a llamar que lo suben otra vez. Sube todo, las cajas, el aceite, la gasolina, la luz, etc. Toda la materia prima. Tenemos que intentar equilibrar todas esas subidas, nosotros no podemos elevar tanto el precio del producto ni tan reiteradamente, porque nos arriesgamos a perder ventas", lamenta Serafín.

Una empresa familiar que ha sabido adaptarse a las exigencias del mercado y que tras esquivar la pandemia se enfrenta a una compleja situación que está afectando a todos los sectores de la economía.

La campaña de descuentos ha dado el pistolezado de salida a las compras navideñas.

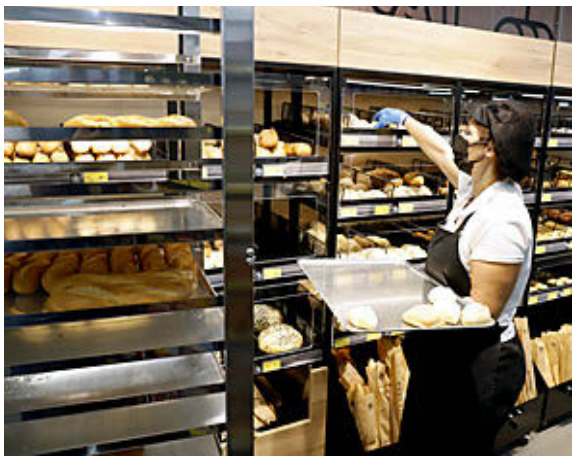
El 'Black Friday' y la Navidad crean más de 130.000 contratos

Gran consumo, perfumería, juguetería, 'e-commerce' y electrónica son los sectores que más puestos demandan. Adecco cifra en un 17% el crecimiento del empleo

Marta Ramos. Fotos: Álex Zea

El Black Friday ha dado el pistoletazo de salida a las compras navideñas. Una campaña, por ahora, sin restricciones y con previsiones de más gasto que el año pasado. Perspectivas positivas que han animado a las empresas y que ya se han dejado notar en el empleo con las primeras contrataciones. Según los datos facilitados por la compañía de recursos humanos Adecco, desde ahora hasta las rebajas de enero se van a crear en Andalucía 132.650 nuevos puestos de trabajo, lo que supone un 17% más que hace un año.

Con estas cifras, la región se sitúa en quinto lugar a nivel nacional en lo que se refiere a firma de contratos, por detrás de la Comunidad Valenciana (189.940), Madrid (173.415), Cataluña (172.645) y la Región de Murcia (156.250).



Alimentación, comercio y jugueterías son algunos de los segmentos que más empleo demandan.

En 2020 los cierres perimetrales y la reducción de horarios para el comercio no esencial lastraron la campaña navideña, que también se vio afectada por las limitaciones en la hostelería. Este año, aunque la incidencia comienza a aumentar significativamente, no hay restricciones en ninguno de los sectores, lo que ha impulsado las compras y el ocio, aumentando la necesidad de reforzar las plantillas en muchas empresas.

El sector servicios es el que más empleo genera, acaparando el 45,8% de los contratos que se firman, seguido de la industria con un 33,4%, por detrás se sitúa la industria agroalimentaria con un 20,4% y la construcción con apenas un 0,4%.

El gran consumo es el principal motor del empleo en estas fechas, segmentos como la alimentación, perfumería, cosmética, juguetería, electrónica y atención al cliente han comenzado ya a realizar contrataciones para hacer frente al aumento de la actividad. Como viene siendo habitual desde hace algunos años, el *e-commerce* gana terreno impulsando la contratación durante estas fechas en segmentos como la logística y el transporte.

La reactivación del turismo, la vuelta de la actividad al ocio nocturno y la recuperación de las tradicionales comidas de empresa por Navidad, que vuelven a celebrarse este año, están generando un amplio volumen de contrataciones en el sector de la hostelería.

En cuanto a los perfiles más demandados para estos meses, en atención al cliente las empresas están contratando promotores, personal para realizar degustaciones, azafatos de imagen y animadores para evento especiales de Navidad.

En lo que se refiere a la venta *online*, se precisan sobre todo empaquetadores, preparadores de pedidos y repartidores. Por otro lado, en la hostelería las empresas demandan camareros, cocineros, ayudantes de cocina y barman. Los hoteles también refuerzan estos meses sus plantillas y uno de los perfiles más demandados es el de camareros de piso. Las grandes empresas continuarán contratando personal durante toda la Navidad.

Recuperación

Las exportaciones crecen un 42% y ya superan los 25.000 millones

Andalucía ha superado por primera vez en la historia los 25.000 millones de euros en exportaciones entre enero y septiembre, algo que no había sucedido nunca desde que existen registros homologables (1995). Concretamente las ventas al exterior hasta el pasado mes de septiembre alcanzaron un valor de 25.081 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 22,4%. Esto ha sido posible debido a que la comunidad lleva siete meses seguidos con crecimientos interanuales superiores al 20% y que en el mes de septiembre la subida se ha disparado hasta el 42,1%, lo que significa duplicar el crecimiento medio de España para el mismo mes (21,9%), y situar las exportaciones del noveno mes del año en un registro que también histórico, 2.988 millones de euros. Se trata de nuevas marcas exportadoras con las que Andalucía confirma su reactivación en los mercados internacionales.

Internacionalización

Extenda Global genera más de 1.500 encuentros entre 740 empresas

Extenda Global, el mayor evento de negocio del sector exterior de Andalucía, ha celebrado este mes su primera edición presencial post pandemia con la participación de 740 empresas andaluzas, que han participado en un total de 1.521 encuentros de negocios con los representantes de la Red Exterior de Extenda en 62 países.En total, han sido hasta 1.499 profesionales los que han participado en este encuentro, que tiene como objetivo fomentar el negocio exterior de las pymes andaluzas. Además, ha posibilitado a las empresas andaluzas acceder a la información y el conocimiento sobre los principales mercados y procesos ligados al comercio exterior, a través de once sesiones de conferencias en las que han participado doce ponentes nacionales e internacionales, entre los que destacan Daniel Lacalle, uno de los economistas más influyentes de España, y el astronauta Miguel López Alegría.

Inversión

El gasto en I+D en Andalucía supera en 2020 los 1.627 millones

El gasto en I+D en Andalucía alcanzó los 1.627,2 millones de euros en 2020, lo que supone un 5,8% más respecto al año anterior, el mayor incremento en la última década. Esta cifra coloca a la región en tercera posición a nivel nacional solo por detrás de Madrid (4.253M€) y Cataluña (3.619M€). Dicha subida es la mayor de las registradas en el conjunto de las regiones españolas, seguida por Murcia, con un 5,5%, y por la Comunidad de Madrid, con un 3,7%. El incremento medio nacional se ha situado en el 1,3%, 4,5 puntos por debajo de la evolución andaluza. Así se recoge en el informe sobre 'Actividades de I+D en Andalucía 2020', elaborado por la Consejería de Transformación Económica. El incremento registrado en 2020 mejora en casi dos puntos la evolución positiva cosechada también en 2019, cuando el gasto en I+D ascendió un 4%. Se trata, por tanto, de dos años consecutivos de subidas.

Sostenibilidad

El Parlamento aprueba la nueva ley de suelo de Andalucía

El Pleno del Parlamento andaluz ha aprobado este mes, con los apoyos de PP-A, Ciudadanos (Cs) y Vox, la abstención del PSOE-A y el voto en contra de Unidas Podemos por Andalucía y los diputados no adscritos procedentes de Adelante Andalucía, el proyecto de Ley de Impulso para la Sostenibilidad del Territorio de Andalucía (Lista), la conocida como nueva Ley del Suelo de Andalucía, que ha recibido así la luz verde de la Cámara andaluza.

La consejera de Fomento, Infraestructuras y Ordenación del Territorio, Marifrán Carazo, ha indicado que esta ley llega "en un momento clave en el que Andalucía tiene que seguir impulsando esa reactivación económica", y que desde "ahora cuenta con una herramienta que va a ser fundamental para ello. Un texto que va a ayudar a los ayuntamientos, a facilitar la aprobación de sus planeamientos" urbanísticos, y que va a favorecer un desarrollo sostenible.

ESTEPONA

ACELERA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA CON **MÁXIMO HISTÓRICO DE INVERSIÓN PÚBLICA**

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

www.estepona.es

Ayuntamiento de Estepona

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER
UNA MANERA DE HACER EUROPA

Baobab, una alternativa educativa a la escasez de juguetes electrónicos

La cadena sevillana de librerías y jugueterías prevé un aumento de ventas esta Navidad por la falta de stock y el aumento de precio de los dispositivos tecnológicos. La compañía nació en 2005 y cuenta con diez tiendas repartidas por Huelva, Sevilla y Cádiz.

Marta Ramos. Fotos: Fernando Ruso.

Prácticamente ningún sector de la economía ha logrado salvarse de la falta de stock y las desorbitadas subidas de precios de las materias primas, pero el mercado del juguete está siendo uno de los más afectados. Su alta dependencia de las fábricas asiáticas y el cada vez mayor uso de microchips, hacen prever que este año los Reyes Magos y Papa Noel tendrán serias dificultades para encontrar algunos regalos, sobre todo los más tecnológicos.

Un escenario complejo y una Navidad diferente en la que van a cobrar especial protagonismo los juguetes tradicionales. En Baobab, cadena sevillana de librerías y jugueterías educativas ya han comenzado a notar más interés por sus productos, que son menos dependientes de los microchips que escasean en el mercado.

"Aún es pronto y nosotros no estamos notando agobio entre los clientes, pero si que hay gente que ya ha comenzado a realizar sus compras, la verdad es que esperamos más ventas que otros años", comenta a *elEconomista Andalucía* Carlos Escot, gerente de la empresa.

Baobab comenzó su actividad en 2005 con el objetivo claro de convertirse en una alternativa educativa a los juguetes que por entonces había en el mercado. "Desde el principio hemos mantenido una línea de filosofía muy clara que pasa por no ser un juguete bélico, ni sexista y evitando los aparatos electrónicos como los videojuegos y centrándonos en el aprendizaje con juegos que motiven e incentiven a los niños", explica.

La empresa cuenta actualmente con diez tiendas repartidas por las provincias de Sevilla, Huelva y Cádiz, además venden en toda España a través de su página web, un canal que multiplica su actividad en las fechas cercanas a Navidad. La compañía tiene una plantilla que ronda los 20 empleados.

A pesar de que la mayor parte de los juguetes que comercializa Baobab no tiene componentes electrónicos, la empresa ha querido ser previsora y ha comenzado ya a realizar los pedidos de mercancía.

"Pensamos que la gente que no encuentre el juguete que busca, llegará aquí buscando alternativas, porque siempre las hay. Nuestro perfil de cliente no

La empresa ofrece libros y juguetes educativos para todas las edades.

es el que busca juguetes relacionados con los dispositivos electrónicos, busca más allá, quiere asesoramiento para comprar juegos educativos que ayuden a los niños a aprender".

Aprender jugando es el lema de Baobab, esta empresa que debe su nombre al árbol que centra la historia de *El Principito* y que promueve el aprendizaje a través de actividades lúdicas y del juego.

Con ese fin, una delegación de la compañía viaja cada dos años hasta la ciudad alemana de Núremberg, donde se celebra la feria de juguetes más grande del mundo y donde conocen las principales tendencias internacionales para traer hasta Andalucía todas las novedades que encajen con su filosofía.

Baobab ofrece a sus clientes un amplio catálogo de libros, juegos y juguetes divididos por edades, desde

Carlos Escot, gerente de Baobab.

> **La empresa prevé un aumento de ventas, aunque no están notando preocupación entre su clientela.**

0 hasta 16 años, y por áreas de desarrollo que incluyen desde ciencia y experimentos, hasta geografía, cálculo, letras, idiomas, naturaleza o psicomotricidad.

"Cada año los padres están más implicados en el tema del juguete, ven que es un medio para desarrollar las habilidades del niño y por lo tanto intentan darle herramientas para aprender jugando y eso no lo encuentran en las jugueterías normales", subraya el gerente de la empresa.

El asesoramiento personalizado al cliente es uno de los puntos fuertes de Baobab, un servicio difícil de trasladar al *e-commerce* que la empresa se ha marcado como uno de sus principales retos. "Queremos externalizar la venta al mundo *online,* pero sin perder el trato que ofrecemos en las tiendas físicas, en definitiva el objetivo es trasladar nuestro modelo de negocio también a Internet", apunta Escot.

Desde la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) han insistido en que, a pesar de la falta de stock de algunos componentes y de la compleja situación del transporte a nivel internacional, no habrá desabastecimiento en las tiendas esta Navidad. No obstante, desde el colectivo recomiendan realizar las compras con antelación, sobre todo de aquellos artículos más demandados, además de buscar alternativas como la que ofrece esta empresa andaluza centrada en los juegos educativos.

Baobab tiene 10 tiendas repartidas en Sevilla, Cádiz y Huelva.

Andalucía
elEconomista.es

Fernando Ruso

Cádiz se levanta para defender los derechos laborales en la industria del metal

Los trabajadores de la industria del metal de Cádiz han dejado este mes imágenes que pasarán a la historia. Una huelga indefinida para reclamar la renovación de un convenio caducado hace casi un año y un aumento salarial de entre apenas un 2% y 3% son las reclamaciones de un sector que levantó una lucha indefinida por sus derechos captando la atención de todo el país.