



Gerardo Landaluce
(Autoridad Portuaria Bahía de Algeciras):
"Los acontecimientos internacionales afectan sobre manera al transporte marítimo" P26



Rosario Soto Rico
(Autoridad Portuaria de Almería): "Preveemos que en 2025 la primera hectárea del Muelle de Levante esté urbanizada y abierta al disfrute" P27



Teófila Martínez
(Autoridad Portuaria de Cádiz): "Estamos el top 5 del tráfico de cruceros a nivel nacional, con casi 700 mil pasajeros en 2023" P28



José García Fuentes
(Autoridad Portuaria de Motril): "El Puerto de Motril, con un 18,6%, ha sido el que más crecimiento porcentual ha registrado al cierre del año pasado" P31

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

MARZO MMXXIV | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES



Miguel Rus: "Tenemos falta de cualificación profesional y de personal especializado en muchísimos oficios de todos los sectores" P6

ENTREVISTA.
PRESIDENTE DE LA
CONFEDERACIÓN DE
EMPRESARIOS DE SEVILLA

NUEVA ECONOMÍA

Vanessa Muñoz Pineda
Presidenta Empresarias
Sevillanas.



Levar el ancla de la igualdad P11

Antonio Rivero.
Periodista. Director de
Grayling Andalucía.



La lengua española frente a la
lengua inglesa y cómo usar la
tecnología para los idiomas P18

Rosa Siles. Consejera para
startups, organizaciones y
entidades sin ánimo de lucro.
Economía Azul para un futuro
sostenible P21



Gonzalo Juan Fernández-Sambruno. Abogado titular
de Claver & Egler abogados
y mediadores SLP.



La "pena de muerte" en España
sólo se aplica a las empresas,
salvo que tengan compliance
que las exima P22



Gala II Premios Tribuna de Andalucía P2

ESPECIAL PUERTOS, TRANSPORTES Y LOGÍSTICA

Coca-Cola contribuye a la economía andaluza generando 1.240 millones de euros de valor añadido P8



II Foro de Sostenibilidad: Economía Azul

Tribuna FORUM de Andalucía
II Foro de Sostenibilidad: Economía Azul 01/04/2024 10:00h
Casa de Iberoamérica CÁDIZ

BRUNO GARCÍA
ALMUDENA MARTÍNEZ DEL JUNCO
RAMÓN FERNÁNDEZ PACHECO

Mesa redonda técnica

JAVIER GARAT FÉREZ
JAVIER RUIZ ARANA
ABILIO CASTAÑO
FEDERICO ALVAREZ





Los II Premios Tribuna de Andalucía reconocen la labor de los empresarios andaluces



► Instituciones y empresarios respaldan a Tribuna de Andalucía cuando cumple dos años de vida

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Representantes del gobierno andaluz, los máximos dirigentes de las organizaciones empresariales, y una nutrida representación del tejido empresarial andaluz se dieron cita el pasado 20 de febrero en la Fundación Cajasol para conmemorar el segundo aniversario de Tribuna de Andalucía y arropar a los premiados de esta edición.

El evento comenzó con la bienvenida del Presidente de la Fundación Cajasol Antonio Pulido que un año más puso la institución al servicio de Tribuna de Andalucía para la celebración de este acto que se celebra cada año y que supone la consolidación de nuestro medio como referente en el panorama económico y empresarial de la comunidad andaluza.

Así lo reflejó en su intervención la Directora General de Tribuna de Andalucía, Monserrat Hernández que puso en valor que “dos años hace ya que cumplimos un sueño y dos años hace ya que trabajamos a destajo para ser el periódico económico y empresarial de referencia de Andalucía, un periódico que ha seguido los pasos de su hermano mayor, Tribuna de Canarias, llevando a todos sus lectores información de primera mano de todos y cada uno de los sectores económicos de Andalucía porque no nos hemos dejado a ninguno. Información de calidad y en primera persona, de grandes empresas, pero también de aquellos autónomos que abren su persiana cada día con ilusión y generan proyectos innovadores, porque ellos son también parte de nuestra transformación económica. Información de las organizaciones empresariales y los





artículos de opinión de verdaderos expertos en las distintas materias. Pero también, en este último año hemos hecho una cosa muy interesante y que hasta el momento no habíamos podido hacer, como es generar debate, que buena falta que hace, en nuestros foros que dieron comienzo hace apenas un año. Un debate sano y coherente donde hemos hablado de economía circular, de Puertos o de turismo y donde la parte pública se ha sentado con la parte privada, dialogando y poniendo ideas en común para que sigamos avanzando. Siempre lo digo, más debate y menos crispación, ese es el camino que nos va a ayudar a progresar como sociedad y es el camino que Tribuna de Andalucía siempre seguirá, al menos, mientras yo esté”.

Este año resultó galardonada con el Premio Tribuna de Andalucía a la mejor entidad de apoyo al tejido empresarial andaluz, la Sociedad de Garantía Recíproca GARANTIA. Una entidad que facilita por medio de avales a pymes y autónomos la financiación necesaria para el desarrollo de su actividad o para la puesta en marcha de nuevos proyectos e iniciativas empresariales.

Gracias a acuerdos de colaboración y convenios con las más destacadas entidades financieras pueden ofrecer a sus socios, más de 23.000 en la actualidad, condiciones ventajosas en tipos, plazos y garantías de financiación. El premio fue recogido por Javier González de Lara, presidente de la entidad y entregado por Javier Sánchez Rojas, presidente del Consejo de Cámaras de Andalucía.

El premio a la Trayectoria empresarial recayó en esta ocasión en la empresa Cosentino, una historia de éxito de más de 80 años de recorrido. Ahora mismo la firma Cosentino genera un 10% del valor del Producto Interior Bruto de toda la provincia de Almería, tiene más de 6.000 empleados de 130 nacionalidades, una cifra de negocio superior a los 1.700 millones de euros anuales y que ya exporta más del 90% de su producción.

El jurado ha valorado tantos años de trabajo, de investigación y de creatividad, la apuesta por crear trabajo y riqueza en su tierra, por sobreponerse a las adversidades y colocarse como uno de las empresas referentes de Andalucía. Recogió el premio Santiago Alfonso, Vicepresidente de Comunicación y reputación corporativa de Cosentino de las manos de Antonio Pulido, Presidente de la Fundación Cajasol.

Tribuna de Andalucía reconoce también a la mujer empresaria del año y en este caso el premio fue para Ana Moreno como directiva de la firma Inés Rosales.

Moreno es miembro de la familia actual propietaria de la firma que nació en 1910 de manos de una mujer emprendedora de la localidad Sevilla de Castilleja de la Cuesta. La esencia femenina de esta empresa se ha mantenido a lo largo de los años y ahora mismo el 85% de su personal son mujeres que ocupan todos los estamentos de esta empresa y que

además elaboran las famosas tortas una a una, artesanalmente, como siempre se ha hecho.

En este caso el jurado ha valorado el respeto a la tradición, pero sabiendo incorporar modernidad a través de la investigación y el desarrollo y la puesta en el mercado de nuevos productos. Recogió el premio Ana Moreno, directora de Relaciones Institucionales, Branding y Sostenibilidad de la firma Inés Rosales. Entregó el premio la Directora General de Tribuna de Andalucía, Monserrat Hernández.

En el año 2018 en el pequeño poblado de Sancti Petri en Chiclana comenzó una auténtica revolución en torno al mundo de la música. El empresario Rafael Casillas, junto a sus hijos Rafael y Deborah idearon el Concert Music Festival, un festival veraniego junto al mar.

Por haber sido capaces de sobreponerse a multitud de vicisitudes, incluida una pandemia, y reinventarse continuamente para hacer cada vez más grande el sueño de convertir a



Chiclana en uno del centro de ocio de referencia en el mundo, Tribuna de Andalucía ha galardonado este año con el premio a mejor empresario del año al empresario Rafael Casillas que recogió su premio de manos de la Consejera de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, Patricia del Pozo.

El evento contó con la presencia del Presidente de la Asociación de Trabajadores autónomos y vicepresidente de la CEOE, Lorenzo Amor que se dirigió a los presentes para poner en valor el trabajo de todos los empresarios andaluces. En la misma línea se expresó el Portavoz del Gobierno andaluz y Consejero de Sostenibilidad, Medio Ambiente y Economía Azul de la Junta de Andalucía, Ramón Fernández Pacheco que fue el encargado de cerrar el acto.

La música de Javier Fute amenizó todo el evento que finalizó con un coctel en el patio de la Fundación Cajasol.





Miguel Rus: “Deberíamos potenciar las fusiones de empresas para ser más competitivos”



ENTREVISTA

MIGUEL RUS
PRESIDENTE DE LA
CONFEDERACIÓN DE
EMPRESARIOS DE SEVILLA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Usted ha sido reelegido como Presidente de los empresarios sevillanos hace escasos meses después de una etapa de casi doce años. ¿qué valoración hace?

La mayor alegría es del equipo, el tener un equipo de personas comprometidas en un comité ejecutivo que están ahí haciendo piña. Lo más importante siempre en una empresa y en una organización es tener un gran equipo de personas comprometidas, especialmente los vicepresidentes, los cuales, junto con el presidente, estamos aquí trabajando en la representación y dignificación de la figura del empresario e intentando ayudar a todas nuestras empresas para que su camino sea más fácil y puedan crecer y crear cada día más empleo.

En esta labor que hacéis ¿os habéis sentido, como empresarios, en estos últimos años, en el foco de muchas dianas a nivel social e incluso político?

Sí, la verdad que yo creo que en estos últimos 12 años hemos trabajado mucho por mejorar la imagen, dignificar la figura del empresario, ponerla en valor, lo que significa la labor de empresario, esa inversión, ese riesgo, arriesgarlo todo para crecer. Y la empresa como generadora de riqueza, bienestar social y empleo. Y eso es lo que más orgullo te da cuando estás aquí, cuando vas conociendo tantísimas empresas y empresarios por toda la provincia de Sevilla. Cada vez que voy a uno de nuestros municipios, la verdad que es una alegría porque ellos con menos recursos, con menos posibilidades, consiguen llegar a más. Aprovecho esta entrevista para recordarles a todos que la sede de la Confederación de empresarios de Sevilla es la casa de todos. Aquí se hacen reuniones de toda tipología de asociaciones de nuestros municipios, de todos nuestros sectores, de una empresa que tiene una necesidad de tener un sitio representativo. Al final aquí en la sede somos como una empresa de servicios que estamos a disposición para ayudar a todas nuestras asociaciones y de todas las empresas.

Los empresarios de la provincia de Sevilla se enfrentan a numerosos problemas también, como lo hacen los empresarios de todo el país. Y hay un problema que no sé si se vive igual desde aquí y es la falta de personal.

Aquí en la provincia de Sevilla estamos enormemente preocupados. Hace seis meses creamos una comisión con todas las empresas de los sectores de la provincia de Sevilla para hablar de este problema y en todos los sectores hay falta de mano de obra cualificada. Tenemos un grave problema, yo lo puedo decir incluso en mi propia empresa, en el sector de la construcción, no conseguimos mano de obra cualificada y eso hace que no podamos tomar decisiones de crecimiento, incluso que no podamos firmar algunos contratos por no tener al personal cualificado y preparado para poder acometer esos proyectos. Eso está pasando en todos los sectores y ahí tenemos un grave problema entre la formación académica que se está dando y la necesidad y la demanda de las empresas. Tenemos que colaborar mucho más entre la Universidad y las empresas de formación y también saber indicar y orientar a nuestros jóvenes que dentro de la



formación profesional, de la formación dual hay una garantía casi 100% de empleo y un empleo que, si tienes una buena preparación, una buena cualificación y eres un buen profesional, tienes dos opciones una o integrarte en una empresa o montar tu propia empresa, con lo cual el trabajo no le va a faltar.

En referencia a esa Formación Dual que mencionas, en la que parecen estar de acuerdo administración y empresarios, ¿hay una apuesta clara en la provincia de Sevilla?

Estamos más abiertos de mente porque antes parecía que si uno de nuestros hijos no iba a la universidad no cumplía nuestras expectativas como padres. Ahora hay muchas personas con título universitario que están haciendo trabajos de menor cualificación porque no hay empleo en su campo. Y en cambio tenemos falta de cualificación profesional y de personal especializado en muchísimos oficios de todos los sectores.

Estamos casi con un 18% de paro y estamos trayendo gente de fuera a que venga a solucionar esos problemas. Hemos conseguido con administraciones públicas, con ayuntamientos, Diputación y especialmente con la Consejería de Empleo, la de Industria y de Educación para marcarles desde las Asociaciones Empresariales las demandas específicas de empleo que tenemos para que ellos creen formaciones en esa línea y nosotros nos comprometemos luego a contratar los trabajadores que seleccionemos de ahí. Y si los contratamos, además tenemos ventajas y ayudas que nos permiten también el poder apostar por este modelo. Pero por otro lado estamos viendo que a nivel nacional se está complicando la situación, hasta el punto de que cuando queremos tener becarios o queremos tener personas en prácticas, tenemos que cotizar por ellos. Las empresas no quieren asumir ese riesgo, esa responsabilidad y ese sobrecoste, porque formar cuesta dinero, es una inversión, pero cuesta dinero. Si además tienes que dar de alta a esas personas y asumir una serie de riesgos se está produciendo un efecto contrario. Las empresas están disminuyendo su porcentaje de personas en becarios y en prácticas. Incluso ha habido varias instituciones de algunas universidades privadas que ya han tomado la decisión de asumir ese coste.

Otra cuestión es la simplificación administrativa que es un problema que los empresarios han denunciado desde hace mucho tiempo y que ahora parece que en Andalucía la Junta lo ha asumido también.

Ya se ha aprobado el cuarto decreto de simplificación administrativa, pero yo no dejo de decir a los empresarios que muchas veces exigimos a nuestros políticos, de las distintas administraciones, de distintos partidos políticos, pero ¿qué estamos haciendo nosotros por cambiar las cosas? A través de nuestras comisiones tenemos que seguir trabajando para ayudar a la Administración y mostrarle que cambios son necesarios. Por otro lado, nos encontramos, por ejemplo, en que ahora tenemos fondos para el tema de cambio climático, eficiencia energética, regeneración ambiental, pero para que aprueben los proyectos se pueden tardar uno o dos años, con lo que mucha gente decide no pedirlo. Ahora se está trabajando mucho desde la Administración, desde la Junta, pero es nuestra obligación trabajar y ayudar a la Administración a que facilite el trabajo a la empresa, a su crecimiento, a su inversión y a que sean más grandes, que es uno de los problemas más graves que también tenemos en nuestra tierra. El 98% de nuestro tejido productivo es autónomo, micro empresa, pequeñas empresas y luego algunas medianas y unas poquitas grandes. Es una asignatura pendiente que un factor clave para que seamos competitivos en un mercado cada día más competitivo y más global.

¿Por qué cuesta tanto que esa empresa crezca y se convierta en, como mínimo en una mediana empresa que sea competitiva? ¿Qué necesitamos las empresas andaluzas para seguir creciendo, para para ganar ese plus?

Pasar de un número de trabajadores, lo cual implica una serie de obligaciones mayores en todos los sentidos legales, burocráticos, sindicales, de responsabilidad, que al final lo que hace es penalizar. Entonces, al final la mayoría de los empresarios creamos grupos empresariales y vamos haciendo empresas para cada unidad de negocio, para cada sector, para cada especialización. Porque preferimos tener diez empresas pequeñas o medianas que una grande, que al final es menos competitiva. Deberíamos potenciar las fusiones de empresas con ayuda, con promoción, con beneficio fiscales. Eso ayudaría a crear empresas mucho más competitivas.

Andalucía siempre está al borde de emergencia en materia de agua.

¿Cómo afecta esta situación natural a las empresas de esta provincia?

Pues yo la respondería, al contrario. ¿Se imagina los datos que hubiéramos tenido en Andalucía si no hubiera habido sequía? Hubiéramos sido la comunidad andaluza con

mayor crecimiento del PIB, con mayor crecimiento de la inversión, mayor crecimiento de empresas y mayor crecimiento de disminución de desempleo y mayor crecimiento de empleo.

El que haya habido sequía no ha hecho un daño irreparable. Recordemos que antes y durante la pandemia batimos récords de exportación de toda la historia de Andalucía. ¿Eso que significa? Que se han hecho los deberes, que nuestro sector del agua está muy especializado, está muy optimizado, está muy digitalizado, es muy eficiente, es muy productivo, hace productos de altísima calidad, exportamos nuestros productos a todo el mundo, dando un gran valor añadido. Para mí la sequía nos ha cogido con los deberes hechos. De hecho, Almería es el espejo en el que se ve el resto de España, los que hemos sufrido más la sequía estábamos mejor preparados y teníamos más recursos. Pero hay zonas como Cataluña o zonas del norte en la que no están preparados, no están acostumbrados y el daño también ha sido muy grande.

La pandemia nos ha mostrado que tenemos que intentar ser autosuficientes y no depender todo del exterior y ahí tenemos que conseguir que la agricultura sea sostenible, pero también viable económicamente.

No puede pasar que aquí tengamos unas exigencias para los productores europeos, nacionales o andaluces y luego pueda cualquiera traer su producto de China, de la India, de Arabia Saudí, de Argelia o de Marruecos, sin cumplir ninguno de estos requisitos y tirando a unos precios que haga que nuestros productos no sean competitivos. Creo que ahí hay



Uno de los problemas más graves que también tenemos en nuestra tierra. El 98% de nuestro tejido productivo es autónomo, micro empresa, pequeñas empresas

una competencia desleal en la cual tenemos que trabajar.

A los agricultores además se les ha unido el COVID, la disminución de la PAC, la subida del salario mínimo interprofesional, el incremento de los costes de producción, de los costes energéticos. Me temo que esto va a pasar en otros sectores. Hay que avanzar en la

sostenibilidad medioambiental, por supuesto, pero haciendo viable la economía, el crecimiento y el empleo. Y tenemos que buscar ese equilibrio de forma de que tiene que ser todo sostenible, no solo el medio ambiente, sino también tienen que poder vivir nuestras empresas y también nuestras familias y nuestros trabajadores.

El agua yo siempre lo digo, es el oro de nuestra tierra. Luego reutilización 100% del agua y empezar con proyectos que estaban pendientes que ahora se están haciendo por emergencia. Y también tenemos que conseguir una reutilización 100% y una eficiencia dentro de las redes de abastecimiento y de saneamiento y de regeneración de todas esas aguas y de también de todos esos residuos para revalorizar nuestra tierra agrícola, pero que, igual que nos vino con la digitalización, creo que tendremos que aprender de esta sequía para cómo mejorar en el uso del agua y ser mucho más responsable y mucho más eficiente desde nuestro cada uno dentro de nuestras propias viviendas, como luego también dentro de nuestra agricultura, que es fundamental y clave para el pie y para la economía de nuestra tierra.

Hablábamos al principio de su reelección, pero me gustaría saber en qué se va a centrar este nuevo periodo ¿Cuáles van a ser esas líneas estratégicas que le gustaría seguir a partir de ahora?

Hay muchos puntos en los que queremos incidir. Lo primero es seguir trabajando y defendiendo la representatividad. Los empresarios, junto con los sindicatos, somos los

que representamos el interés general y creo que en esa línea tenemos que seguir porque hay algunas administraciones que parece que no se enteran de ello y el que estemos organizados es muy importante para que no se antepongan intereses particulares por encima de los generales de un sector.

Temas como el de la formación, la sequía, el diálogo social, creo que hemos sido un ejemplo en el diálogo social, tanto en Sevilla como en Andalucía, llegando siempre a acuerdos con los sindicatos.

Estamos también en la línea de nuestros estatutos para poder incorporar a los colegios profesionales, porque la mayoría de los colegios profesionales al final son autónomos o microempresas y hay que ayudarles a que tengan esa formación.

Nosotros estamos para ayudar y orientar a los políticos también por el camino que creemos que deben llegar. Y eso se hace con razonamientos, con argumentos.

Tenemos que conseguir que todo lo que se produce en nuestra tierra salga envasado, elaborado, transformado, y eso será la forma de conseguir de ese 12% que estamos del PIB en industrias.

Esa es nuestra función, ese es nuestro trabajo y esa es la satisfacción también de cada vez que conseguimos ayudar y solucionar un problema en una empresa, en lo que nos llena, porque al final estamos ayudando a que nuestra tierra cada día sea un poquito más grande y creo algo que también estamos consiguiendo cada vez más allá que seamos, estemos todos orgullosos de ser empresario y orgulloso de ser andaluzes.



GENERAL: +34 958 60 34 80
ESTIBA: +34 607 06 32 74
CONSIGNACIONES: +34 647 66 73 36



WEB: WWW.TMARITIMAGRANANADA.COM
EMAIL: f.lorenzo@tmaritimagranada.com



**Recinto Portuario, Muelle de Costa S/N,
18613 Motril, Granada, España**




**TERMINAL MARÍTIMA
GRANADA**
MOTRILSHIPPING
ESTIBA Y CONSIGNACIONES

PUERTO DE MOTRIL
ESTIBA Y CONSIGNACIONES
tmaritimagranada.com

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Coca-Cola, que cumple 70 años de la fabricación de la primera botella de Coca-Cola, gracias a su actividad y compromiso con las comunidades en las que opera, continúa generando un impacto socioeconómico positivo, impulsando de este modo el desarrollo social y económico de Andalucía. Así lo demuestran los resultados del Estudio de Impacto Socioeconómico de la actividad de Coca-Cola en el año 2022 elaborado por la consultora Steward Redqueen.

Según este estudio, que ofrece datos sobre el impacto generado a través de toda la cadena de valor, la contribución total de Coca-Cola a la economía andaluza en 2022 asciende a 1.240 millones de euros, lo que representa un 0,76% del PIB de esta Comunidad Autónoma. Parte de esta cifra corresponde a valor añadido directo, es decir, 79 millones de euros generados directamente por Coca-Cola, y el resto, 1.161 millones de euros, a través de sus clientes y proveedores en Andalucía. A nivel nacional, las actividades de Coca-Cola generaron un valor añadido de 6.257 millones de euros en este periodo.

Asimismo, los datos muestran cómo los andaluces continúan eligiendo las bebidas de Coca-Cola como algunas de sus opciones preferidas. Y es que, en 2022, Coca-Cola vendió en Andalucía más de 581 millones de litros de sus bebidas.

En esta línea, a nivel nacional, el Estudio arroja que los consumidores gastaron unos 7.980 millones de euros en bebidas de Coca-Cola en España, lo que se traduce en la venta de 2.920 millones de litros. O lo que es lo mismo, por cada euro gastado en bebidas de Coca-Cola, 77 céntimos revierten en la economía nacional.

Empleo y contribución local

Los datos presentados por este Estudio muestran, además, la amplia capacidad y el importante papel de Coca-Cola como dinamizador del empleo y las economías locales, convirtiéndose así en un actor de referencia en el conjunto socioeconómico andaluz. Un posicionamiento que alcanza tras años de trabajo y compromiso en Andalucía.

En este papel dinamizador, la actividad de Coca-Cola genera empleo directo e indirecto para 20.078 personas en Andalucía, -669 y 19.409 empleos directos e indirectos, respectivamente-. A nivel nacional, el impacto alcanza las 99.500 personas, siendo 3.800 el número de empleos directos creados. Estas cifras indican que, por cada empleo directo, se generan otros 25 puestos de trabajo indirectos.

Por otro lado, y gracias a su fuerza industrial, así como a la gran capilaridad de su distribución y equipo de ventas, con su actividad, Coca-Cola contribuye a impulsar las economías locales. En Andalucía cuenta con alrededor de 4.800 proveedores y llega a cerca de 63.000 clientes, establecimientos de hostelería, restauración y alimentación de toda Andalucía, lo que contribuye a vertebrar el territorio.

La consultora Steward Redqueen ha sido la encargada de elaborar este informe, para lo que ha analizado los datos financieros y no financieros de Coca-Cola durante 2022. Toda esta información evidencia el efecto multiplicador de Coca-Cola en Andalucía sobre



Coca-Cola contribuye a la economía andaluza generando 1.240 millones de euros de valor añadido

► La actividad de Coca-Cola genera empleo directo e indirecto para 20.078 personas en Andalucía

diferentes sectores y su contribución socioeconómica a las regiones en las que opera.

Fábrica en Sevilla

En Andalucía, Coca-Cola cuenta con uno de sus centros de producción más icónicos, su fábrica de Sevilla, que este año ha cumplido 25 años. Inaugurada en 1998, cuenta con 12 líneas de producción, una superficie de 190.000 metros cuadrados, una capacidad de almacenamiento de 107.417 pallets y 40 muelles de carga, con una velocidad de carga de 520 camiones al día. Esta sirve al Sur de España y Canarias. Fabrica bebidas carbonatadas, principalmente Coca-Cola y Fanta, y, en menor medida, bebidas energéticas, jugos, bebidas no carbonatadas y aguas.

Más allá de la economía: impacto en la sociedad y en el medio ambiente

Coca-Cola en su plan estratégico de sostenibilidad 'This is Forward' incluye compromisos y acciones que sitúan la sostenibilidad en el corazón de su estrategia empresarial: permitiendo así a la compañía poner en marcha iniciativas concretas en seis ámbitos de actuación: Bebidas, Envases, Sociedad, Agua, Clima y Cadena de Suministro.

Más allá de la economía y fruto del compromiso de Coca-Cola con la sociedad, la compañía trabaja para seguir siendo un agente promotor del cambio social en favor de la equidad, la inclusión y el fomento de la empleabilidad de las personas, tanto internamente entre sus empleados, como en las comunidades en las que está operando.

Entre otras acciones destacan: los proyectos GIRA Jóvenes y GIRA Mujeres, que ya cuentan con más de 7.000 jóvenes -1.200 en Andalucía- y más de 20.000 mujeres -7.320 en Andalucía- participantes. Por su parte, a nivel nacional, el voluntariado corporativo de los empleados de Coca-Cola, al que han destinado 8.223 horas en 2022; las iniciativas de la Fundación Coca-Cola, que promueve la cultura con su Concurso de Jóvenes Talentos, que cuenta ya con 62 ediciones, y con sus premios Buero, de Teatro Joven, que suman ya 20 ediciones.

Protección del medio ambiente

El plan estratégico de sostenibilidad recoge, además, los compromisos y actuaciones de Coca-Cola en el corto, medio y largo plazo en materia ambiental. En 2022 ha continuado con su camino hacia la descarbonización de su negocio en España y se encuentra más cerca de alcanzar sus objetivos en materia de clima: reducir en un 30% sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en 2030, con respecto a las de 2019, y lograr la neutralidad climática de toda su cadena de valor en 2040. Según el informe de sostenibilidad de Coca-Cola en España, en 2022, el porcentaje de disminución de las emisiones de GEI fue del 20,4% respecto a 2019.

El objetivo es que el único consumo de CO2 que se haga en esta planta sea el de su bebida, para lo cual se han realizado varias acciones para sustituir el uso de CO2 por nitrógeno.

En la planta de Andalucía, en concreto, se han puesto en marcha proyectos pioneros como M&T, consistente en la instalación de más de 200 contadores inteligentes que

controlan los consumos de la planta -agua, energía eléctrica, aire comprimido, vapor, nitrógeno y CO2- y proporcionan datos en tiempo real de todos los procesos y líneas de producción. Esta herramienta incorpora un software de gestión y analítica de datos que funciona 24X7 y analiza la información en tiempo real. Esto garantiza una visibilidad del 100% del consumo de la planta en todos estos procesos, así como de su control y da la oportunidad de su optimización. Asimismo, contribuye a mejorar la toma de decisiones para la reducción de los consumos y avanzar, así, hacia el objetivo de ser neutros en carbono en 2040. Gracias a este proyecto, se estima que se dejan de emitir 550 toneladas de CO2 anuales.

El objetivo es que el único consumo de CO2 que se haga en esta planta sea el de su bebida, para lo cual se han realizado varias acciones para sustituir el uso de CO2 por nitrógeno.

En materia de agua, Coca-Cola continúa impulsando una gestión eficiente, al tiempo que protege las cuencas hidrográficas y asegura la disponibilidad de los recursos hídricos. El 100% de sus plantas cuenta con planes de protección de agua y ha conseguido reducir en un 18,7% desde 2010 la ratio de agua hasta los 1,76 l de agua por cada litro de bebida producida. Asimismo, cuenta con 8 proyectos que han permitido el retorno de 4.716 millones de litros de agua a la naturaleza en 2022, lo que supone devolver el 161% de agua respecto al total de litros producidos. Entre estos proyectos destaca la iniciativa Misión Posible: Desafío Guadalquivir, junto con la organización WWF, actúa, con procesos y tecnología innovadores, en 765 hectáreas de cítricos del entorno de Sevilla en las que ya se ahorra agua de riego y aplican prácticas agrícolas eficientes y sostenibles. A través de este proyecto, las catorce fincas de cítricos que participan en él han conseguido ahorrar más de 700 millones de litros de agua anuales contribuyendo a preservar y proteger la cuenca hidrográfica del único río navegable de España.

En cuanto a la acción sobre sus envases, Coca-Cola ha conseguido reducir en 22.500 toneladas al año el material virgen empleado en la Península Ibérica, y con su iniciativa Mares Circulares ha logrado recoger del océano 1.880 toneladas de residuos.

Asimismo, Coca-Cola da un paso más allá y ayuda a sus clientes a reducir la huella de carbono de sus negocios con programas como HOSTELERÍA #PorElClima, al que ya se han adherido más de 7.000 establecimientos HORECA (1.317 de ellos en Andalucía).



El informe “La Empresa del Futuro” revela que las prioridades estratégicas de la empresa deben estar en el reclutamiento constante, en la apuesta por la marca y en la mejora del entorno social

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El pasado jueves 22 de febrero, se presentó en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla el informe “La Empresa del Futuro”, un proyecto de investigación en colaboración con la consultora Intelqualia, Investigación de Mercado & Estudios de Opinión, que ha tenido un año de duración y cuya metodología, principalmente cualitativa, se ha basado en diferentes grupos de trabajo con catedráticos y directivos por áreas departamentales tales como marketing, recursos humanos, finanzas, comercial, internacionalización, alta dirección y estrategia, así como emprendimiento.

El objetivo primordial de este proyecto de investigación es poner los cimientos sobre las características que debe tener la empresa del futuro, para poder afrontar los retos que ya tiene en el presente. La investigación refleja el panorama actual

► **La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla, presenta el informe “La Empresa del futuro” en colaboración con la consultora Intelqualia, Investigación de Mercado & Estudios de Opinión en unas jornadas intergeneracionales con casi ciento cincuenta asistentes**

de las empresas y de cómo estas se deben adaptar al entorno para ser competitivas, teniendo en cuenta cómo la Universidad debe asumir la realidad de la empresa, para poder dotar al alumnado de las herramientas y contenidos que les hagan tener la formación adecuada, para poder ser los profesionales del futuro.

En el informe se recoge como factores fundamentales generadores del cambio, la globalización, la tecnología y el cambio social, los cuales han provocado que la empresa se transforme en las dos últimas décadas, motivando nuevas oportunidades de expansión exterior y al mismo tiempo, apareciendo nuevas amenazas con otros competidores

provenientes del eje Asia-Pacífico.

Así mismo, se pone de manifiesto el impacto de las innovaciones tecnológicas, donde la empresa se encuentra con herramientas para ser más competitiva, pero paradójicamente no optimiza estos recursos tecnológicos de la mejor manera, encontrándose con muchos frenos que ralentizan la implantación de los mismos, como la propia plantilla o la falta de anticipación para poder saber discernir qué tecnología es la más conveniente. Todos los cambios sociales acontecidos en la actualidad han hecho que surjan nuevos hábitos de consumo, que se traducen en el empoderamiento comercial del comprador, la constante

exigencia de la inmediatez y una mayor sensibilidad hacia la sostenibilidad.

En la investigación se señala un cambio de paradigma en el reclutamiento de personal. Las compañías están encontrando grandes dificultades para poder reponer y/o ampliar la plantilla. El relevo generacional está comprometido, ya que hay una generación próxima a jubilarse que no se está reemplazando. Por otra parte, hay una alta rotación de los empleados debido a la tendencia de cambiar con mayor frecuencia de empresa. A estos factores hay que añadir que hay un cambio en la iniciativa en los procesos de selección: elige el candidato, no la empresa.

Las respuestas empresariales al cambio se centran en la búsqueda de alternativas donde la concentración, la cooperación y la alta especialización son clave. También se pone de relieve la apuesta por hacer marca entendida como un generador de confianza, poniendo al cliente en el centro, con unos valores acordes para llegar al mismo. La mejora constante en los procesos de digitalización, entendida como un ejercicio previo de estandarización utilizando la tecnología para ayudar a que la automatización sea exitosa.

Por otra parte, el estudio hace énfasis en llevar a cabo proyectos con propósito, que tengan impacto social, poniendo el foco en las personas. En este sentido, el reclutamiento se vuelve estratégico, ya que captar y fidelizar empleados es un esfuerzo transversal donde toda la organización debe implicarse. Según los reclutadores participantes del estudio, tanto de las áreas de RRHH como otras áreas, los perfiles que más llaman la atención son aquellos que son capaces de demostrar buenas habilidades socializadoras, una buena percepción y gestión del entorno, así como valores que generen confianza.

En resumen, el activo diferencial que sobresale por encima es la actitud, ya que las aptitudes y conocimientos para el desempeño, se presuponen. A este respecto, los entrevistados valoraron positivamente el nivel técnico que se alcanza en la Universidad, aunque bien es cierto, señalaron, que hay que insistir en que el alumnado adquiera habilidades blandas y valores esenciales para el desempeño empresarial

Granada, una provincia única donde sentir la emoción de su Semana Santa

► Desde las estaciones de penitencia de la ciudad nazarí a las mil y una maravillas por vivir, los municipios de la provincia de Granada cuentan con una riqueza y un atractivo cultural único



Granada, como el resto de Andalucía, vive con similares dosis de recogimiento y alegría la semana de Pasión y Resurrección. Tanto la capital como el resto de municipios conservan tradiciones centenarias. Son días de emoción a los que acompaña el comienzo de la primavera, donde el ambiente se impregna de olor a incienso, del sonido de las saetas, del redoble de tambores y de la cálida luz de los cirios.

La Semana Santa de la ciudad de Granada está declarada de Interés Turístico Internacional. Treinta y dos cofradías realizan su salida procesional de Domingo de Ramos a Domingo de Resurrección. Sus

grandes características son la valía artística e iconográfica de las imágenes y los escenarios por los que discurren las procesiones: La Catedral, una joya de la arquitectura renacentista, es el centro de la parte religiosa. Pero durante las procesiones se pueden ver y recorrer entornos que le aportan un valor estético extra: el Albaicín, el Paseo de los Tristes, la Carrera del Darro y hasta la Alhambra.

Internacionalmente conocidas son las procesiones de los Gitanos, con la subida al Sacromonte de las imágenes entre saetas y hogueras; la del Silencio, en la que se apaga el alumbrado público de las calles por las que pasa; y la de la Alhambra, con su recorrido por el monumento nazarí y el paso por la



conocida Puerta de la Justicia.

En la provincia de Granada, la Semana Santa de municipios como Almuñécar, Loja y Guadix, están catalogadas como Fiesta de Interés Turístico Nacional de Andalucía. El origen de la tradición se remonta a la reconquista por parte de los Reyes Católicos en el siglo XV.

Así, la Semana Santa de Loja es la más antigua de la provincia. En ella destaca la figura de los Incensarios, que simulan una guardia pretoriana convencida de la inocencia de Jesús y le rinde homenaje quemando incienso. También es famosa la 'Corriñilla', en la que los horquilleros portan en una veloz carrera los pesados tronos hasta la ermita donde se encierran.

Vibrante es la Semana Santa de Cuevas del Campo, con su Pasión Viviente representada con gran fidelidad por medio millar de vecinos convertidos en actores. En Guadix, el sobrecogedor descenso del Cristo de la Misericordia y la Virgen de los Dolores por la Cuesta de la Fuente, el Lunes Santo, con la Alcazaba iluminada por antorchas.

El Martes Santo sobresale el desfile del Cristo de la Humildad por las calles de Salobreña, que baja y sube las empinadas cuestas de la villa entre el castillo y el mar. En Baza, en una sola hora, desde la Tribuna Oficial, se puede contemplar la noche del Jueves Santo el paso de la Cofradía del Nazareno, de la Hermandad de la Esperanza y la salida del Cristo de los Méndez de la Iglesia Mayor.

La representación de 'El Paso', un auto sacramental que recrea el trayecto de Cristo por la calle de la Amargura y en el que participan cuatro imágenes, congrega a cientos de personas en Almuñécar la mañana del Viernes Santo. En el mismo momento, en Huéscar se representan en la Plaza Mayor Las Tres Caídas.

En Caniles, el Sábado Santo celebran la 'Noche del verde', en la que los jóvenes adornan con flores y plantas las puertas de las casas de sus amadas. Y ya el Domingo de Resurrección, la Semana Santa se cierra en Carataunas y Soportújar con 'La quema del Judas', en la que con paja y estrafalarias ropas

se fabrican muñecos que representan al apóstol que traicionó a Jesús para, finalmente, quemarlos en hogueras. Son solo algunos de los ejemplos, de una Semana Santa en la provincia de Granada única.

Contenido ofrecido en colaboración con la Diputación de Granada.

La Diputación de Granada con la Semana Santa

La institución destina una nueva línea de subvenciones a las Federaciones de Hermandades y Cofradías de la provincia

El presidente de la Diputación de Granada, Francis Rodríguez, ha trasladado a las Federaciones de Hermandades y Cofradías de Semana Santa de Baza, Motril, Almuñécar, Loja, Huéscar, Guadix, Granada y Padul, la nueva línea de subvenciones de la institución provincial que, con un presupuesto de 100.000 euros, tiene por objeto financiar conciertos de Bandas de Música de Semana Santa en toda la provincia y a lo largo del año 2024.

Según ha señalado el presidente de la institución provincial, Francis Rodríguez, "la Diputación es consciente del notable aumento experimentado en los últimos años de la actividad musical de las bandas

de música, así como de la participación de éstas en las diferentes manifestaciones culturales, incluso religiosas-populares, en Andalucía y en Granada, y no solo en Semana Santa, sino durante todo el año, por lo que entendemos que darles un impulso económico es fundamental. La Diputación estará cerca de las cofradías y las hermandades"

En este sentido, Rodríguez ha remarcado que "esta línea de subvenciones contribuye al desarrollo económico, turístico y cultural de los municipios de nuestra provincia" y obedece "a nuestro compromiso con los pueblos, con su progreso y su tejido asociativo y cultural", y a "una apuesta decidida por incentivar la actividad artística, sobre todo entre los más jóvenes".

Las madres empresarias

Marzo tiene nombre de mujer. Si hay un mes en el que ellas son las protagonistas, es este. El 8 de marzo se sitúa como la fecha protagonista, sin embargo, desde el inicio del mes son numerosos los actos y homenajes para ellas, una reivindicación de los derechos de las mujeres con el objetivo de sensibilizar a la sociedad y potenciar la igualdad real de género. Por suerte, las batallas de nuestros días nada tienen que ver con las de hace décadas, sin embargo, existe un gran camino aún por recorrer para que ambos géneros estén plenamente igualados.

Sorprendentemente, escucho cómo algunas personas ponen en duda la necesidad de que exista un día como el 8M, dudas que se disiparían con solo mirar dentro de muchos hogares u ojear algunas estadísticas. Lo cierto es que los últimos años se han conseguido diferentes hitos que han mejorado las condiciones de aquellas mujeres que deciden ser madre, hoy, es muy complicado despedir a una gestante de su puesto del trabajo y con la ampliación de la baja paternal de los padres,

la corresponsabilidad es más efectiva en nuestros días. Por desgracia, el peso del cuidado de los niños sigue recayendo en la madre, así como la mayor parte de las tareas del hogar o incluso el cuidado de los familiares dependientes, un hecho que puede afectar, y afecta, directamente, en la trayectoria profesional de miles de mujeres en nuestro país. Siguen siendo muchos los casos de mujeres que renuncian a ascensos por incompatibilidad con sus tareas familiares. Este hecho, como imaginan, es inferior en los hombres.

Sin embargo, me gustaría hacerles reflexionar, precisamente en este mes, sobre la complejidad de la mujer empresaria. Especialmente esas empresarias que deciden ser madres y que se enfrentan a un gran dilema a la hora de armar ese gran puzzle de la llamada conciliación. Y hablemos claro, la mujer empresaria no tiene la misma protección en lo que a maternidad se refiere, lo cual es bastante curioso teniendo en cuenta las cifras de baja natalidad que existen hoy.

En España, miles de mujeres empresarias en edad de ser madre se debaten cada día entre dar el paso, o no. En cómo

harán para que sus negocios sigan funcionando. Miles de mujeres empresarias se preguntan cómo llegarán sus empresas a final de mes si tienen que contratar a una persona que supla su ausencia durante los primeros meses, o cómo van a formar a una persona para que te sustituya si luego, esa persona a la que han formado los últimos meses de su embarazo, no puede ser la misma una vez cojan la baja de maternidad. Miles de mujeres empresarias están dispuestas a asumir pérdidas esos primeros meses y otras pasan horas pensando en cómo van a compatibilizar su vida familiar y su vida profesional. Porque todas las mujeres empresarias, no son dueñas de grandes empresas, una peluquera, una psicóloga y una arquitecta con un pequeño estudio también son empresarias. No hay conciliación para ellas. Muchas, echarán el cerrojo, muchas renunciarán a ser madres. La empresa, o la maternidad.

Por eso, siempre es una buena noticia escuchar que la Junta de Andalucía impulsa el primer Pacto por la Conciliación y la Corresponsabilidad, porque no todo está conseguido aún, y tenemos que seguir profundizando. Ojalá estén representados los derechos y necesidades de este colectivo de mujeres del que, al menos a nivel nacional, parecen haberse olvidado.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

Levar el ancla de la igualdad

OPINIÓN

VANESSA MUÑOZ

PINEDA

PRESIDENTA EMPRESARIAS

SEVILLANAS

Lejos de aquella mujer de Leon y Quiroga que en los años 40 se acercaba al puerto a esperar a su amado, o que en el muelle de San Blas seguía haciéndolo 40 años después, el papel de la mujer es cada día más reconocido en todos los ámbitos y, como no podía ser menos, también en el sector marítimo-portuario. Podemos remontarnos al s.XV para comprobar que, pese a las barreras impuestas, la mujer lleva haciendo historia en torno a la mar desde hace más de 500 años, aunque la normalización de sus actividades se ha hecho esperar largo tiempo. La coexistencia con los hombres en sectores masculinizados no ha sido fácil. Tampoco lo era en los puertos marítimos, donde históricamente se emplearon en gran medida más hombres que mujeres incluso en las labores “menos físicas”. Antes de la era moderna, los trabajos portuarios se calificaban de “peligrosos, duros y sucios” a su vez que exigentes, y se consideraban inapropiados para mujeres de “buena reputación”. Requerían, además, de una relación fuerte e íntima entre los estibadores, fuente de transmisión oral y testimonial del know-how, por lo que había poco espacio para las mujeres de la época.

Menospreciaban entonces actitudes atribuidas generalmente al género femenino, y que son de gran valía para las labores portuarias, como la autoexigencia, ya que en la gestión de mercancías todo debe hacerse de manera segura y eficiente, la inteligencia emocional, que ayuda a liderar una fuerza de trabajo íntegra y completa, con capacidad para resolver problemas logístico-operativos, o la habilidad de análisis en alto nivel, lo que implica procesos de reflexión, evaluación y decisión de forma más rápida y eficiente. La labor portuaria se ha mostrado, además, poco atractiva para la mujer por muchos motivos: desde los estereotipos de género imperantes hasta los desafíos para el equilibrio entre la vida laboral y personal, pasando por las brechas de credibilidad, la carencia o insuficiencia de capacitación, de instalaciones específicas o de equipos de seguridad adecuados.

Actualmente los trabajos en el puerto requieren mucho más de habilidades técnicas y tecnológicas para manejar equipos y sistemas mecanizados digitales, lo que constituye un gran avance en equidad de género, ayuda a reconocer a la mujer en el sector portuario y no la limita solo a tareas administrativas. Las mujeres pueden hoy desempeñar tareas en todas las áreas del sector portuario diversificando sus conocimientos, experiencia y aumentando sus ingresos por la cualificación de sus trabajos. Aun así, incluso en países desarrollados como el nuestro, y aunque las tasas de empleo de las trabajadoras portua-

rias aumenta cada día, el número de hombres sigue siendo de entre el 70% y el 90%. El 98% si consideramos las actividades mar a dentro. Las mujeres, tradicionalmente, ante las barreras de entrada, han desviado su interés hacia otros sectores que les ofrecían mejores prestaciones y desarrollo profesional. No es fácil revertir los números de una industria que creó su propia cultura de rechazo a la presencia femenina en el pasado. Ese 15% aproximado de mujeres en el sector portuario suelen estar adscritas a la industria de cruceros, personal administrativo y en menor medida en la operación portuaria. Son unas cifras considerablemente bajas si tenemos en cuenta el entorno multidisciplinar que ofrece un puerto, como son los servicios auxiliares, incluidos el almacenamiento y el despacho de aduanas, el turismo, la carga, la infraestructura y la conectividad con el interior, lo que lo convierten en un entorno de trabajo diverso, atractivo y, en ocasiones, desafiante, también hoy día para las mujeres.

Mejorar la proporción de género de los empleados portuarios en funciones operativas y gerenciales es fundamental para promover la igualdad y el empoderamiento de la mujer y la competitividad y eficiencia de la industria marítimo-portuaria. Según la OCDE, y en línea con los ODS de la Agenda 2030, mayores niveles de liderazgo y toma de decisiones femeninas en los negocios dan como resultado tasas más altas de industrialización y sociedades con economías signi-

ficativamente más prósperas y sostenibles. Al tratar a la mujer de manera equitativa y brindarle mejores oportunidades de trabajo, el puerto mejora su reputación de equidad, una característica positivamente significativa en la comunidad empresarial. La equidad de género mejora las oportunidades de innovación; la mujer brinda diversos puntos de vista que reflejan sus diferentes experiencias e intereses, todo lo cual aumenta la capacidad del puerto y sus terminales para innovar y encontrar soluciones inteligentes a futuros desafíos.

La Organización Marítima Internacional (OMI) incorpora un programa de género a partir de 1988. En ese momento eran pocas las instituciones de formación marítima que abrían sus puertas a la mujer. Desde entonces, el programa ha ayudado a establecer un marco institucional para incorporar una dimensión de género en las políticas y procedimientos de la OMI. En pro de esos objetivos se celebró el primer Día Internacional de la Mujer en el Sector Marítimo el 18 de mayo de 2022, centrándose en el lema “Formación-Visibilidad-Reconocimiento”, adoptando un enfoque estratégico para incrementar el aporte de las mujeres como actrices clave del sector marítimo tanto en labores portuarias como a bordo de los barcos. También desde nuestra tierra, con el fin de impulsar la igualdad de oportunidades, la APA se adhirió a la Red Andaluza de Entidades Conciliadoras (RAEC), del Instituto Andaluz de la Mujer. Con ello reafirmaba su voluntad de colaboración “en la promoción de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres mediante el impulso de acciones para que hombres y mujeres puedan conciliar sus vidas profesionales y personales de manera equilibrada y responsable”.

Está en manos, no obstante, de toda la sociedad, y del tejido empresarial portuario en particular, “levar el ancla” de la igualdad.

La prueba para saber si puedes o no hacer un trabajo, no debería ser la organización de tus cromosomas. (Bella Abzug).



Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

Edición: Grupo de Comunicación TDC S.L.

Directora: Montserrat Hernández

Delegada: Celia Díaz

Secretaria de gerencias: Elena Moreno

Marketing y Tecnología: José Luis Martínez

Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: direccion@tribunadeandalucia.es

redaccion@tribunadeandalucia.es

publicidad@tribunadeandalucia.es

nº26 | Depósito Legal: SE 321-2022

Imprime: BERMONT

Andalucía gana 2.300 autónomos en el último mes

El Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) en Andalucía ganó más de 2.300 autónomos en el segundo mes del año, lo que ha situado la cifra total de autónomos en la región en 573.197 trabajadores por cuenta propia.

El presidente de ATA Andalucía, Rafael Amor, ha puesto de relieve que la subida del mes de febrero es la mayor registrada en un mes de febrero en Andalucía a excepción de la registrada en 2008, cuando el número de trabajadores autónomos se incrementó en 4.048 personas: *“Ha sido el segundo mejor mes de febrero para la afiliación de los autónomos en*

► **Andalucía ha ganado casi 10.000 autónomos en tasa interanual.**

► **Rafael Amor: “Ha sido el segundo mejor mes de febrero para la afiliación de autónomos en Andalucía de su serie histórica”.**

Andalucía de toda su serie histórica”.

En el conjunto de España, el número de autónomos también se ha comportado de manera favorable, ya que ha crecido en 10.097 personas en febrero en comparación con el mes de enero. Este crecimiento ha estado impulsado, sobre todo, por el crecimiento de autónomos registrado en Andalucía (+2.318) y en la Comunidad de Madrid (+1.521).

Por provincias, en febrero, el número de autónomos ha au-

mentado en todas ellas. Destacan los aumentos de Málaga (+813), Sevilla (+419), Granada (+238), Cádiz (+197), Córdoba (+194), Huelva (+182), Almería (+158) y Jaén (+117).

En términos interanuales, el número de autónomos ha crecido en Andalucía en casi 10.000 trabajadores por cuenta propia (+9.780, 1,7%), situándose un mes más a la cabeza de creación de autónomos en España, por encima de la Comunidad de Madrid (+7.075, +1,7%) y de la

Comunidad Valenciana (+5.904, +1,6%).

EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO A LA CABEZA

En el último año, el número de autónomas en Andalucía se ha incrementado en cerca de 7.000 personas (+6.670), lo que supone un aumento del 3,3%, frente al

incremento de los varones en términos absolutos de 3.110 personas (+0,9%). Para el presidente de ATA Andalucía, *el crecimiento del número de autónomas en Andalucía es muy positivo.*

Por sectores, destacan los incrementos respecto a febrero de 2023 de los autónomos de las actividades profesionales, científicas y técnicas (+2.443) y de los agricultores (+1.367). No obstante, Rafael Amor ha resaltado los datos negativos del comercio, que han sido de los pocos sectores que han perdido autónomos en Andalucía en el último año (-1.772). De hecho, el otro sector que ha registrado pérdidas de trabajadores por cuenta propia ha sido el de la industria (-196).

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, DICIEMBRE 2023- FEBRERO 2024

	DICIEMBRE 2023	FEBRERO 2024	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	62.410	62.417	7	0,0
CÁDIZ	66.339	66.131	-208	-0,3
CÓRDOBA	54.135	54.092	-43	-0,1
GRANADA	67.967	68.003	36	0,1
HUELVA	29.256	29.322	66	0,2
JAÉN	42.294	42.123	-171	-0,4
MÁLAGA	132.904	133.276	372	0,3
SEVILLA	117.873	117.832	-41	0,0
ANDALUCÍA	573.178	573.197	19	0,0
ESPAÑA	3.344.368	3.337.516	-6.852	-0,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, FEBRERO 2023 - FEBRERO 2024

	FEBRERO 2023	FEBRERO 2024	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	61.639	62.417	778	1,3
CÁDIZ	65.107	66.131	1.024	1,6
CÓRDOBA	53.773	54.092	320	0,6
GRANADA	67.174	68.003	829	1,2
HUELVA	28.929	29.322	394	1,4
JAÉN	41.991	42.123	133	0,3
MÁLAGA	128.450	133.276	4.825	3,8
SEVILLA	116.355	117.832	1.477	1,3
ANDALUCÍA	563.417	573.197	9.780	1,7
ESPAÑA	3.311.051	3.337.516	26.465	0,8

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, ENERO 2024 - FEBRERO 2024

	ENERO 2024	FEBRERO 2024	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	62.259	62.417	158	0,3
CÁDIZ	65.935	66.131	197	0,3
CÓRDOBA	53.898	54.092	194	0,4
GRANADA	67.764	68.003	238	0,4
HUELVA	29.140	29.322	182	0,6
JAÉN	42.006	42.123	117	0,3
MÁLAGA	132.462	133.276	813	0,6
SEVILLA	117.413	117.832	419	0,4
ANDALUCÍA	570.878	573.197	2.318	0,4
ESPAÑA	3.327.419	3.337.516	10.097	0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN PARO, DICIEMBRE 2023- FEBRERO 2024

	PARO DICIEMBRE 2023	PARO FEBRERO 2024	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	51.072	51.490	418	0,8
CÁDIZ	131.221	133.949	2.728	2,1
CÓRDOBA	60.093	61.430	1.337	2,2
GRANADA	75.471	77.981	2.510	3,3
HUELVA	39.070	38.020	-1.050	-2,7
JAÉN	40.400	43.112	2.712	6,7
MÁLAGA	131.078	134.243	3.165	2,4
SEVILLA	166.535	170.682	4.147	2,5
ANDALUCÍA	694.940	710.907	15.967	2,3
ESPAÑA	2.707.456	2.760.408	52.952	2,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN PARO, FEBRERO 2023 - FEBRERO 2024

	PARO FEBRERO 2023	PARO FEBRERO 2024	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	55.190	51.490	-3.700	-6,7
CÁDIZ	142.111	133.949	-8.162	-5,7
CÓRDOBA	64.838	61.430	-3.408	-5,3
GRANADA	80.924	77.981	-2.943	-3,6
HUELVA	41.164	38.020	-3.144	-7,6
JAÉN	46.334	43.112	-3.222	-7,0
MÁLAGA	141.345	134.243	-7.102	-5,0
SEVILLA	177.769	170.682	-7.087	-4,0
ANDALUCÍA	749.675	710.907	-38.768	-5,2
ESPAÑA	2.911.015	2.760.408	-150.607	-5,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN PARO, ENERO 2024 - FEBRERO 2024

	PARO ENERO 2024	PARO FEBRERO 2024	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	52.007	51.490	-517	-1,0
CÁDIZ	134.919	133.949	-970	-0,7
CÓRDOBA	61.550	61.430	-120	-0,2
GRANADA	77.896	77.981	85	0,1
HUELVA	39.176	38.020	-1.156	-3,0
JAÉN	42.501	43.112	611	1,4
MÁLAGA	135.166	134.243	-923	-0,7
SEVILLA	171.802	170.682	-1.120	-0,7
ANDALUCÍA	715.017	710.907	-4.110	-0,6
ESPAÑA	2.767.860	2.760.408	-7.452	-0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2023- FEBRERO 2024

ALMERIA	DICIEMBRE 2023	FEBRERO 2024	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	39.006	38.970	-36	-0,1
MUJERES	23.404	23.448	43	0,2
TOTAL	62.410	62.417	7	0,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2023- FEBRERO 2024

SECTORES ALMERIA	DICIEMBRE 2023	FEBRERO 2024	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	20.533	20.557	24	0,1
INDUSTRIA	2.198	2.208	9	0,4
CONSTRUCCION	5.245	5.255	10	0,2
COMERCIO	12.358	12.284	-75	-0,6
TRANSPORTES	2.851	2.843	-7	-0,3
HOSTELERIA	5.001	4.972	-29	-0,6
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	699	714	15	2,2
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	795	794	-1	-0,1
ACT. INMOBILIARIAS	730	733	3	0,5
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	3.447	3.475	28	0,8
ACT. ADMINISTRATIVAS	1.625	1.628	2	0,1
EDUCACION	1.332	1.343	11	0,8
ACT. SANITARIAS	1.604	1.614	10	0,6
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	864	861	-3	-0,3
OTROS SECTORES	3.128	3.137	9	0,3
TOTAL	62.410	62.417	7	0,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2023- FEBRERO 2024

ANDALUCIA	DICIEMBRE 2023	FEBRERO 2024	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	362.791	362.469	-322	-0,1
MUJERES	210.387	210.728	341	0,2
TOTAL	573.178	573.197	19	0,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2023- FEBRERO 2024

SECTORES ANDALUCIA	DICIEMBRE 2023	FEBRERO 2024	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	60.489	60.408	-81	-0,1
INDUSTRIA	31.500	31.455	-45	-0,1
CONSTRUCCION	57.822	57.906	83	0,1
COMERCIO	143.472	142.749	-723	-0,5
TRANSPORTES	31.409	31.627	218	0,7
HOSTELERIA	56.805	56.521	-284	-0,5
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.057	10.122	65	0,6
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.259	10.258	-2	0,0
ACT. INMOBILIARIAS	11.061	11.173	113	1,0
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	47.665	47.967	301	0,6
ACT. ADMINISTRATIVAS	22.260	22.389	129	0,6
EDUCACION	15.675	15.860	184	1,2
ACT. SANITARIAS	23.788	24.035	247	1,0
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	12.875	12.747	-128	-1,0
OTROS SECTORES	38.040	37.981	-59	-0,2
TOTAL	573.178	573.197	19	0,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, FEBRERO 2023 - FEBRERO 2024

ANDALUCIA	FEBRERO 2023	FEBRERO 2024	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	359.359	362.469	3.110	0,9
MUJERES	204.058	210.728	6.670	3,3
TOTAL	563.417	573.197	9.780	1,7

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, FEBRERO 2023 - FEBRERO 2024

SECTORES ANDALUCIA	FEBRERO 2023	FEBRERO 2024	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	59.041	60.408	1.367	2,3
INDUSTRIA	31.651	31.455	-196	-0,6
CONSTRUCCION	56.691	57.906	1.215	2,1
COMERCIO	144.521	142.749	-1.772	-1,2
TRANSPORTES	31.041	31.627	587	1,9
HOSTELERIA	56.350	56.521	172	0,3
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	9.495	10.122	627	6,6
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.314	10.258	-57	-0,6
ACT. INMOBILIARIAS	10.547	11.173	627	5,9
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	45.524	47.967	2.443	5,4
ACT. ADMINISTRATIVAS	21.370	22.389	1.019	4,8
EDUCACION	15.036	15.860	824	5,5
ACT. SANITARIAS	22.966	24.035	1.069	4,7
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	11.982	12.747	765	6,4
OTROS SECTORES	36.889	37.981	1.092	3,0
TOTAL	563.417	573.197	9.780	1,7

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, ENERO 2024 - FEBRERO 2024

ANDALUCIA	ENERO 2024	FEBRERO 2024	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	361.304	362.469	1.165	0,3
MUJERES	209.575	210.728	1.153	0,6
TOTAL	570.878	573.197	2.318	0,4

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, ENERO 2024 - FEBRERO 2024

SECTORES ANDALUCIA	ENERO 2024	FEBRERO 2024	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	60.433	60.408	-25	0,0
INDUSTRIA	31.357	31.455	97	0,3
CONSTRUCCION	57.499	57.906	407	0,7
COMERCIO	142.605	142.749	145	0,1
TRANSPORTES	31.437	31.627	190	0,6
HOSTELERIA	56.354	56.521	167	0,3
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.025	10.122	97	1,0
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.245	10.258	13	0,1
ACT. INMOBILIARIAS	11.081	11.173	92	0,8
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	47.579	47.967	388	0,8
ACT. ADMINISTRATIVAS	22.186	22.389	203	0,9
EDUCACION	15.692	15.860	168	1,1
ACT. SANITARIAS	23.864	24.035	171	0,7
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	12.690	12.747	57	0,4
OTROS SECTORES	37.832	37.981	149	0,4
TOTAL	570.878	573.197	2.318	0,4

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2024

Valoración del Consejo Empresarial de Turismo

CEA muestra su rechazo a la tasa turística



► Su implantación sería negativa para la competitividad de la industria turística y del conjunto de la economía andaluza

► Es una propuesta que se asocia normalmente con una intención de disuadir de la llegada de turistas y de incrementar la regulación, algo en principio contrario a lo manifestado por el Gobierno de Andalucía

El Consejo Empresarial de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), que engloba a las principales organizaciones y empresas de la industria turística de Andalucía, reitera su oposición a la implantación de una tasa turística en la Comunidad Autónoma de Andalucía por entender que es un nuevo tipo impositivo que afecta negativamente a la competitividad del sector y al conjunto de la economía regional.

El liderazgo económico y social del sector turístico no puede ser el argumento para tratar de encontrar vías de financiación adicionales a la prestación de unos servicios públicos municipales que ya están sostenidos, entre otras aportaciones, por el propio sector. Incrementar los costes sólo beneficia a aquellos que pretenden disuadir la llegada de turistas a nuestra Comunidad y que no valoran el inmenso beneficio económico y social que el turismo aporta a los territorios.

La creación de este nuevo impuesto supondría generar una competencia fiscal entre territorios, dado que su implantación es una decisión de cada Comunidad Autónoma, con casos como el de la Comunidad Valenciana, que recientemente lo ha suprimido. Igualmente, es evidente que su implantación no tiene un retorno inmediato para el sector industrial turístico, dado que se incorpora al conjunto de ingresos de las administraciones sin destino finalista concreto.

El conjunto de la economía regional se vería afectada por esta decisión, dado que el incremento de costes se trasladaría al incremento del IPC de la región y, por tanto, a la inflación general en la misma, extendiendo su efecto negativo a todos los sectores de actividad económica. Asimismo, dado que el impuesto no grava el conjunto del hecho turístico, sino sólo el alojamiento reglado, se incrementa aún más el incentivo a la clandestinidad y, por tanto, a las actividades económicas y laborales irregulares.

Por otra parte, resulta altamente preocupante que el impuesto solo recaiga sobre las pernoctaciones siendo prácticamente imposible distinguir entre aquellas que son turísticas y aquellas otras que tienen otras motivaciones que nada tienen que ver con el disfrute vacacional. Igualmente, sería un impuesto que afectaría de forma

directa a todos los andaluces que quisieran disfrutar de sus periodos de ocio en Andalucía, pues todos ellos estarían igualmente obligados a su pago, en el caso de pernoctar en cualquier municipio de la región.

Institucionalmente, el Consejo Empresarial de Turismo de CEA quiere agradecer las declaraciones políticas que manifiestan la voluntad de diálogo con el sector empresarial, pues coinciden con un modelo de cogobernanza que apuesta por el diálogo y la colaboración en la toma de decisiones. Asimismo, desde la óptica empresarial se es consciente de la necesidad de reforzar el modelo de financiación local y, en tal sentido, considera oportunas muchas de las medidas que el propio Gobierno de Andalucía tiene anunciadas, e incluso en ejecución, respecto a los municipios que tienen la consideración de turísticos.

Con el respaldo de CEOE, ATA y CEPYME

El Foro "Las Empresas transformando Andalucía" ensalza el valor de la empresa como motor del cambio social en el 45º Aniversario de CEA

La Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) ha conmemorado los 45 años de su constitución con el Foro "Las Empresas transformando Andalucía". Con un aforo completo en su salón de actos, ha reunido a cerca de 340 asistentes, entre empresarios y representantes de la sociedad civil andaluza, en una jornada de reivindicación de la libertad de empresa y del papel esencial de los hombres y mujeres que hacen empresa para el progreso de nuestra Comunidad.

En palabras del presidente Javier González de Lara, de cuya llegada a la Presidencia de CEA se cumple también este año 2024 una década, "si algo nos ha enseñado la historia es que las empresas son las principales agentes del cambio.

Las grandes transformaciones han venido marcadas por la iniciativa y la innovación empresarial, que devienen en la profunda renovación de la sociedad". Así, para el líder de los empresarios andaluces, "las empresas tienen una inherente función de liderazgo. Por eso, coartar la libertad de empresa es coartar la capacidad de crecimiento y de productividad y la evolución de una sociedad".

González de Lara ha insistido en "el inconformismo como rasgo diferenciador del buen empresario. Y, desde esos valores de esfuerzo y superación, necesitamos consolidar el crecimiento de Andalucía; generar confianza e incrementar nuestra cuota en los mercados globales. Como consecuencia de todo ello, avanzaremos en dos grandes retos: multiplicar las oportunidades de empleo en nuestra Comunidad y converger con las regiones más prósperas de Europa".

La cita, celebrada tras la Asamblea General Ordinaria de CEA, ha contado con el decidido respaldo de las principales organizaciones empresariales de España, CEOE, ATA y CEPYME, y de empresas que están liderando la transformación social en la región con su apuesta por la innovación, la descarbonización y el uso eficiente y responsable de los recursos naturales.

Así, en la mesa "Visión de la empresa andaluza en el contexto nacional", Fátima Báñez, presidenta de la Fundación CEOE, ha señalado: "La empresa andaluza está liderando el cambio real, que

es progreso y bienestar. Es protagonista de la creación de 8 de cada 10 empleos y de más del 70% de la riqueza social anual de Andalucía. Es la gran aliada del futuro social y económico de nuestra tierra".

Para el presidente de la Federación Nacional de Trabajadores Autónomos (ATA), "impulsar el emprendimiento y el fomento del trabajo autónomo da sus frutos. Lo hemos visto en los últimos años en Andalucía, que es líder indiscutible del emprendimiento. Los aciertos de CEA en el Diálogo Social han favorecido a nuestro sector, aunque es tarea imprescindible seguir trabajando para que nuestras empresas crezcan y se fortalezca así más aún al tejido empresarial andaluz", ha señalado Lorenzo Amor.

En opinión de Gerardo Cuerva, presidente de la Confederación Española de la pequeña y Mediana Empresa (CEPYME), "las empresas son la palanca que transforma la sociedad. Crean riqueza y empleo e impulsan el progreso. Pero necesitan un marco propicio y que se crea en las empresas. Las organizaciones empresariales son esenciales para defender a las empresas y reclamar estas condiciones para que puedan desarrollar su actividad. Desde su creación, hace casi medio siglo, han desarrollado un papel fundamental y CEA, que conmemora su 45 aniversario, es un excelente ejemplo de ello".

Compromiso y vocación empresarial

Ya en el coloquio "El reto de la transformación desde las empresas" han cogido el relevo Cepsa, Atlantic Copper y AERTEC Solutions, compañías líderes en sus respectivos sectores. Rosendo Rivero Cubeles, director del Parque Energético de San Roque (Cádiz) de Cepsa ha expuesto: "Cepsa, como primera empresa en Andalucía en valor de producción y exportación, ha presentado la inversión industrial más importante de la historia en el territorio. La llevaremos a cabo en alianza con otras grandes empresas; la colaboración será esencial. Tenemos la gran oportunidad de liderar esta nueva revolución industrial hacia un mundo con energías más limpias y Andalucía es epicentro de esa transformación. Cepsa y Bio-Oils ya han puesto la primera piedra de la mayor planta de biocombustibles de segunda generación en Europa; hemos fir-



mado un acuerdo para promover el primer corredor marítimo de hidrógeno verde entre el sur y el norte de Europa, y pondremos en marcha el Valle Andaluz del Hidrógeno Verde desde nuestras plantas de Palos (Huelva) y San Roque (Cádiz), en colaboración también con otras empresas, para producir 2GW de hidrógeno verde, del cual ya tenemos comprometido el 60% de la producción. Cepsa ha colocado a Andalucía como eje central de su estrategia Positive Motion 2030".

Por parte de Atlantic Copper, su directora general, Macarena Gutiérrez Martínez, ha ensalzado: "Las empresas tractoras jugamos un papel fundamental en la transformación de las cadenas de suministro y en la sociedad. En Atlantic Copper llevamos la Sostenibilidad en el ADN de la compañía, lo que supone apalancarnos en tres pilares fundamentales: la excelencia medioambiental, la responsabilidad social y la rentabilidad económica, así como utilizar la Innovación como herramienta de mejora y de transformación en cada uno de ellos. Destacamos como logros de estos últimos años el liderazgo mundial en eficiencia energética y apuesta por las energías verdes y la economía circular; el desarrollo del talento y la igualdad de oportunidades de los empleados, así como la actividad social a través de la Fundación Atlantic Copper cuya actividad principal es la Educación".

Redondeando el coloquio, el CEO de AERTEC Solutions, que

también preside el Clúster Andalucía Aerospace así como la Comisión de Industria Aeroespacial y de Defensa de CEA. Afirma Antonio Gómez-Guillamón Manrique: "Las empresas somos una pieza fundamental hacia la transformación de Andalucía. En particular, en el sector aeroespacial somos cada día más internacionales, está en nuestro ADN, con una oferta diferenciadora basada en la tecnología. Conforme crecemos en tamaño lo hacemos en productividad y generamos más riqueza, y no hay nada comparable a la empresa para repartir esa riqueza en salarios, proveedores, inversores, impuestos y acción social".

45 años al servicio del tejido empresarial

En la clausura, que ha cerrado el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, ha participado también el director territorial de Banco Santander, entidad patrocinadora principal del Foro. Manuel de la Cruz ha enfatizado: "La necesaria transformación del tejido empresarial español va a requerir grandes inversiones públicas y, sobre todo, privadas. Para realizarlas contaremos con el apoyo de los fondos europeos y con el respaldo de un robusto sistema financiero que será decisivo para la parte no subvencionable de las inversiones. También es imprescindible la colaboración público-privada".

Al cierre, el presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Antonio Garamendi, ha remarcado:

"Hoy asistimos a una doble celebración, el 45º aniversario de CEA y los diez años en el cargo de su presidente, y qué mejor modo de celebrarlo que este Foro que pone el foco muy acertadamente en el poder transformador de la empresa en la sociedad y, en concreto hoy, de las empresas andaluzas". Asimismo, Garamendi ha subrayado "el buen momento por el que pasa el Diálogo Social en Andalucía y la estabilidad que aporta", al tiempo que ha añadido que "el Diálogo Social es la mejor infraestructura que tenemos como país".

Constituida en Antequera (Málaga) el 11 de enero de 1979, CEA es la organización empresarial de referencia de Andalucía. La integran más de 800 organizaciones empresariales y sectoriales, lo que equivale a la representación de en torno a 200.000 grandes empresas, pymes y autónomos. Su implantación en todo el territorio la vertebran sus ocho organizaciones provinciales (Confederación de Empresarios de Jaén, CEJ; Confederación de Empresarios de Córdoba, CECO; Confederación de Empresarios de Sevilla, CES; Federación Onubense de Empresarios, FOE; Confederación de Empresarios de la Provincia de Cádiz, CEC; Confederación de Empresarios de Málaga, CEM; Confederación Granadina de Empresarios, CGE; y la Confederación Empresarial de la Provincia de Almería, Asempal). Así, la interlocución permanente con el Gobierno regional y la participación de CEA en 320 órganos de asesoramiento y consulta de la Junta de Andalucía, en el marco del Diálogo Social, se desarrolla desde este conocimiento directo de la realidad de cada provincia y sector.

Desde el 23 de enero de 2014, preside CEA el empresario y abogado malagueño Javier González de Lara, con sendas reelecciones por aclamación para el cargo en marzo de 2018 y en marzo de 2022. En el seno de CEOE, a CEA le corresponden una vicepresidencia. González de Lara coordina también la Acción Territorial de CEOE. La Asamblea y Foro Empresarial de CEA, con Banco Santander como patrocinador principal, han contado también con el apoyo de: CEPESA; Atlantic Copper; Grupo MAS; Costasol de Hipermercados; Cosentino; Caser Grupo Helvetia; Cercania; Antea; Garantía; y BGrupo Marketing Comunicación.

Patricia Pérez Soler: “El promedio de empresas propiedad de mujeres en Granada presenta un crecimiento anual de entre el 7-10%”

ENTREVISTA

PATRICIA PÉREZ SOLER
PRESIDENTA
ASOCIACIÓN DE
MUJERES EMPRESARIAS
GRANADINAS Y
AUTÓNOMAS



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Como presidenta de la Asociación de mujeres empresarias de Granada, ¿Cómo describiría el ecosistema empresarial femenino en su provincia?

Las empresas que componen AMEGA entienden perfectamente el significado de ecosistema empresarial, y ése es uno de los puntos en los que trabajamos diariamente desde nuestra asociación. En estos tiempos de cambio, de demandas de innovación etc., cada vez adquiere más importancia estar organizado con el fin de permitir tanto la participación como la estructuración de los ecosistemas empresariales para mantenerse al día.

Uno de los indicadores que define nuestra organización es el talento femenino; en este sentido, debo mencionar que el promedio de empresas propiedad de mujeres en Granada presenta un crecimiento anual de entre el 7-10%, demostrando un alto grado de innovación en sectores como la tecnología, la moda, la gastronomía y el turismo, y desarrollando nuevos productos y servicios para satisfacer las demandas del mercado. Granada es referente en Talento.



En cuanto a las infraestructuras, transporte y comunicaciones, marcadores básicos para valorar el ecosistema, tenemos que sufrir esa deficiencia de inversión gubernamental en infraestructuras que ha supuesto un aislamiento en las comunicaciones, por tierra, mar y aire y como resultado un freno en la competitividad nacional e internacional de las empresas granadinas. No perdemos la esperanza y los empresarios y las empresarias granadinas aunamos esfuerzos en plataformas como Granada Frenada, aportando proyectos y soluciones a esta situación que viene de largo, y queremos ser optimistas y confiar en que la situación mejore poco a poco.

La Responsabilidad Social Corporativa está presente en todas y cada una de las empresas. Cada vez con más importancia la sostenibilidad como valor y objetivo a corto plazo se implementa en los proyectos de la empresa granadina. Granada es una provincia con gran tradición solidaria y desde Amega, como asociación empresarial sin ánimo de lucro, participamos en iniciativas promovidas por diferentes entidades y ONGS para mejorar la calidad de vida de los más desfavorecidos. Nosotras promovemos cada año, diferentes eventos benéficos cuya recaudación va destinada a estas organizaciones.

El tejido empresarial granadino está bien estructurado y representado por la Confederación Granadina de Empresarios. Amega forma parte de sus órganos ejecutivos y consultivos, así como, nuestra presencia en el Comité Ejecutivo de la

Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME) que hace de Amega una entidad solvente con capacidad legal para extender una red de apoyo empresarial femenino para todo el territorio provincial y autonómico. Desde esta posición podemos acompañar, formar y asesorar a todas aquellas mujeres que buscan incubadoras, aceleradoras y programas de desarrollo para su idea de negocio convirtiéndola en una empresa granadina de éxito, con proyección nacional e internacional.

Igualmente participamos como entidad necesaria en todas las instituciones a nivel local y provincial, siendo referentes de consulta y opinión.

En la misma línea mantenemos el pulso de la actualidad social y económica que tanto influye en el resultado de nuestros negocios y nos permite planificar y tomar decisiones estratégicas para su buen funcionamiento.

La Asociación de Mujeres Empresarias y Autónomas de Granada es una agrupación multisectorial que mantiene relaciones comerciales de primer nivel, convirtiendo a cada asociada en un cliente potencial, para lo cual planificamos encuentros sectoriales que fomentan la red de confianza y promoción, ayudando a focalizar los mecanismos de creación de valor, de interés compartido, e impulsando alianzas entre nuestras empresas asociadas. Esto es bueno en el sentido de que todas somos nuestras primeras y fieles clientas.

Y a nivel personal ¿cómo ha sido su camino en el mundo empresarial?

Mi trayectoria profesional no empezó con el emprendimiento. En la mayoría de los casos, cuando te estás formando no tienes claro lo que realmente te gustaría hacer en tu vida profesional. En mi caso empecé trabajando para diferentes empresas. Eran actividades que me gustaban mucho, pero no satisfacían mis expectativas. Fue entonces, a los treinta y ocho años cuando decidí emprender y embarcarme en ese mundo tan apasionante como es la actividad a la que me dedico actualmente. Tengo que reconocer que los inicios no fueron fáciles, aunque siempre tuve claro tres cosas: la importancia de seguir formándome para mantenerme y mejorar los resultados de mi empresa, la creación y mantenimiento de empleo, y la participación en las redes empresariales a través del asociacionismo.

Usted y otras muchas mujeres son un referente para otras muchas que vendrán detrás. ¿Cree que realmente las jóvenes emprendedoras de hoy en día, tienen ya donde mirarse?

El impacto social de las acciones desarrolladas para visibilizar a las empresarias y autónomas ha puesto en el foco el valor de estas mujeres que con gran esfuerzo han mantenido sus empresas y a sus empleados durante generaciones. Estas empresarias son referentes indiscutibles y transmisoras de esfuerzo, excelencia, libertad y compromiso social, no quiero dejar de ensalzar el valor de las empresarias y autónomas rurales, ganaderas y agricultoras que durante la pandemia han contribuido a llenar nuestras neveras y siguen haciéndolo.

“Las empresarias y empresarios aplicamos las políticas de conciliación en nuestras empresas; son necesarias para el bienestar de las personas trabajadoras”

Desde asociaciones como AMEGA, compuesta por más de 100 mujeres con empresas ya consolidadas, que en su día fuimos emprendedoras, acercamos el conocimiento y experiencia adquirida a las empresas de nueva creación. Sí, somos referentes para aquellas emprendedoras jóvenes y no tan jóvenes que deciden tomar el camino apasionante del emprendimiento.

El mundo de la empresa ha sido tradicionalmente masculino. ¿Cómo cree que ha cambiado el panorama con la incorporación de la mujer?

La incorporación de la mujer al panorama empresarial ha sido significativa en las últimas décadas. Ha traído una mayor diversidad de perspectivas, habilidades y enfoques en la toma de decisiones, lo que ha demostrado ser beneficioso para la innovación y el crecimiento económico. Sin embargo, existen desafíos en cuanto a representación y roles de liderazgo.

¿La conciliación es posible?

Las empresarias y empresarios aplicamos las políticas de conciliación en nuestras empresas; son necesarias para el bienestar de las personas trabajadoras, buscando el equilibrio entre trabajo y vida personal.

No obstante, las empresarias y empresarios no disfrutamos de esa regulación, por lo que no es posible (aún) la conciliación en estos casos. La jornada laboral de un empresario o empresaria no termina cuando llega a casa ya que la carga mental y las responsabilidades que conlleva dirigir una empresa no entiende de calendarios ni de horarios. Conseguir que las personas empresarias y emprendedoras lleguen a tener esos derechos de conciliación es uno de los objetivos por los que trabajamos día a día desde nuestra asociación.

OPINIÓN

JOSÉ MANUEL GÓMEZ MUÑOZ
PRESIDENTE DEL CONSEJO
ANDALUZ DE RELACIONES
LABORALES (CARL)

Para luchar contra las brechas de género en el mercado de trabajo es preciso contar de manera proactiva con el concurso de las organizaciones sindicales y empresariales más representativas con el objeto de ampliar espacios de negociación colectiva en la regulación de todas aquellas condiciones de trabajo en las que dichas brechas se presentan. No se pueden aportar soluciones desde la imposición normativa en un ámbito de autonomía colectiva que debe ser respetado porque es en su seno donde se encuentran las respuestas efectivas a problemas técnicos muy concretos.

En el caso de Andalucía, la acción de gobierno se traduce, entre otras líneas de actuación, en favorecer los acuerdos en esta materia. Así queda reflejado en el II Plan de Apoyo a la Negociación Colectiva en Andalucía, suscrito el pasado 3 de julio con UGT, CCOO y CEA, donde se prevé un Objetivo Operativo destinado a promover la igualdad de género, y en el marco del cual ya se ha aprobado la creación de una Comisión Técnica de Trabajo, para abordar el estudio, entre otras cuestiones de interés para la negociación colectiva, de la brecha salarial en los convenios de los siete sectores productivos más importantes de Andalucía, entre ellos la Agricultura y los Servicios, donde hay una presencia mayoritaria de trabajadoras. Ello se articulará a través de la recién creada Cátedra de Negociación Colectiva y Relaciones Laborales del CARL/UNIA, cuya presentación se producirá el 20 de marzo próximo.

Junto a ello, se ha aprobado en la Comisión Permanente del CARL del pasado 1 y 2 de febrero, la realización de una sesión monográfica del Pleno del CARL, en el próximo mes de septiembre de 2024, dedicado exclusivamente al tratamiento de la igualdad de género en la negociación colectiva. Como han venido manifestando las propias organizaciones sindicales y empresariales más representativas, a través de sus Acuerdos Interconfederales, los convenios colectivos en el ámbito de su competencia pueden avanzar en el desarrollo de criterios orientadores de medidas que fomenten la igualdad entre mujeres y hombres, con pleno ejercicio de la autonomía colectiva, así como establecer cláusulas que permitan adecuar el contenido de los convenios a la normativa vigente.

De esta forma, a través de la negociación colectiva se puede contribuir al establecimiento de un marco equitativo para el desarrollo de las condiciones de traba-

jo, abordando medidas u orientaciones en relación con la igualdad entre mujeres y hombres, incorporando medidas o criterios que mejoren el acceso al empleo, la promoción y la formación, prestando también especial atención a la contratación de mujeres en aquellos sectores en los que se encuentren subrepresentadas y facilitando la reducción de la brecha salarial a través de un tratamiento adecuado de las clasificaciones profesionales y las tablas salariales, que suelen ser el origen del trato desigual en materia retributiva. Asimismo, el convenio colectivo es un instrumento que permite abordar en el ámbito sectorial criterios relativos a los contenidos de los Planes de igualdad referidos a sus ámbitos de aplicación, evaluación, seguimiento, administración y resolución de las discrepancias.

De esta acción son prueba la mejora de los datos relativos y absolutos en Andalucía, aún reconociendo que queda mucho por hacer. Con la información elaborada por el gabinete de la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo, de la que depende el Servicio Andaluz de Empleo, en 2023 la población activa femenina en Andalucía ascendió a 1.917.200 mujeres mientras que la masculina era de 2.199.300 hombres. Es decir, en nuestra Comunidad hay 282.100 mujeres menos que hombres de 16 o más años que trabajan o desean hacerlo. O lo que es lo mismo, de cada 100 personas activas en Andalucía, 47 son mujeres mientras 53 son hombres, la misma proporción que a nivel nacional.

Por lo que se refiere a la tasa de actividad femenina andaluza la proporción de hombres mayores de 16 años que trabajan o están dispuestos a hacerlo es del 62,64% frente al 52,14% entre las mujeres, tasas muy similares a las nacionales donde esta diferencia alcanza los 9,4 puntos al situarse la tasa de actividad masculina en el 63,8% frente al 54,4% de las mujeres. En población ocupada femenina, el diferencial de tasas alcanza 10,4 puntos, siendo el número de mujeres trabajadoras de 1.509.100 mujeres frente al 1.859.900 de hombres trabajadores, lo cual supone 350.800 mujeres menos. Esta diferencia supone que, de las personas trabajadoras en Andalucía, el 55,2% son hombres mientras que el 44,8% son mujeres. En el plano nacional las mujeres suponen el 46,6% de las personas trabajadoras mientras que los hombres representan el 53,4%, por lo que la diferencia es cerca de 7 puntos.

Las tasas de empleo y de paro son también indicativas de estas diferencias. La tasa de empleo femenino es 12 puntos inferior a la de los hombres, concretamente, del 41% frente al 53% de los hombres. En España, esta diferencia es de 10 puntos, al situarse la tasa de empleo femenino en el 47% frente al



Por un 8-M sin brechas

57% de los hombres. Y la población parada femenina en Andalucía es de 408.100 mujeres, frente a los 339.400 hombres parados. Ello supone que el 54,6% de la población parada media en Andalucía (747.500 en el 4T de 2023) son mujeres mientras que 45,4% son hombres, lo que representa una diferencia de más de 9 puntos entre ambos sexos. A nivel nacional, los hombres representan el 45,9% de la población media parada mientras que las mujeres son el 54,1, existiendo también una diferencia de más de 8 puntos entre ambos. Y respecto a la tasa de paro femenina, este indicador se situó en Andalucía en el último cuatrimestre del año en el 21,3% frente al 15,4% de los hombres, lo que supone una diferencia de cerca de 6 puntos. En España, la tasa de paro femenina se situó en el 13,8% mientras que la de los hombres fue del 10,6%.

Se están realizando notables esfuerzos desde la Junta de Andalucía para ir reduciendo estos gaps, y los datos indican que se transita por una senda adecuada en la medida en que frente a la reducción de la tasa de actividad femenina en 2,2 puntos entre 2015 y 2018, la tasa se situó en Andalucía en 2023

en el 52,14%, 1,1 puntos más que en 2022 y 2,04 puntos superior a la de 2018 frente a un crecimiento a nivel nacional de 0,59 y 1,37 puntos, respectivamente. En población femenina ocupada vemos también los avances pues en el periodo 2015-2018 esta cifra alcanzó 91.000 mujeres más, mientras que en el periodo 2019-2022 la cifra llegó a 216.000. Es decir, hemos pasado de 1,2 millones de mujeres ocupadas en 2015 a 1,5 millones en 2023, con un incremento del 16,8% desde 2018, frente a un 11,2 a nivel nacional, casi 5,5 puntos más. Asimismo, la tasa de empleo femenina (41,04%) en Andalucía ha crecido en 2023 en 1,56 y 4,44 puntos respecto a 2022 y 2018, respectivamente. Frente a ello, a nivel nacional lo ha hecho, en menor medida, en 1,03 y 2,89 puntos, respectivamente.

Diálogo social, en suma, para impulsar y a seguir desarrollando políticas que favorezcan la incorporación de la mujer al mercado laboral y a mejorar la calidad y las condiciones del empleo femenino para, de esta forma, alcanzar un crecimiento económico sostenible y fortalecer la cohesión social de nuestra Comunidad.

La lengua española frente a la lengua inglesa y cómo usar la tecnología para los idiomas

OPINIÓN

ANTONIO RIVERO ONORATO

PERIODISTA. DIRECTOR DE GRAYLING ANDALUCÍA

 Antonio Rivero Onorato

En el que vivimos, el dominio de varios idiomas se ha vuelto una necesidad casi imprescindible. Dos de los idiomas más hablados y estudiados en el mundo, el español y el inglés cuentan con una rica historia, una amplia difusión a nivel mundial y una influencia considerable en diversos ámbitos como la cultura, la economía y la tecnología. Además, ambos son considerados lenguas internacionales y son utilizados en ámbitos como los negocios, la diplomacia, la tecnología y la educación.

El español es la segunda lengua más hablada del mundo, con más de 580 millones de hablantes nativos. Caracterizada por su diversidad y su riqueza cultural, esta lengua se habla en más de 20 países en América Latina, España y Estados Unidos, cada uno con sus propias variantes lingüísticas y expresiones idiomáticas, permitiendo acceder a una amplia gama de literatura, música, cine y arte que reflejan el valor de los países hispanohablantes. Además, el español es uno de los idiomas oficiales de organizaciones internacionales como la ONU y la Unión Europea, lo que le confiere un estatus de relevancia a nivel global.

Por su parte, el inglés es el tercer idioma más hablado del mundo, con alrededor de 375 millones de hablantes nativos y una pre-



sencia dominante en países como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá y Australia. Consolidado como la lengua franca de la comunicación global, siendo el idioma más utilizado en Internet, los negocios y la diplomacia, gracias a su difusión a lo largo de la historia ha incorporado palabras y expresiones de diversas lenguas, lo que lo convierte en un idioma muy dinámico y adaptable. De hecho, el inglés es el idioma de la ciencia, la tecnología y la innovación, lo que lo convierte en una herramienta indispensable para acceder al conocimiento y la información en el mundo actual. Además, es el idioma oficial de organizaciones internacionales como la ONU y la OTAN, lo que le confiere un estatus de relevancia a nivel global.

Tanto el español como el inglés son idio-

mas de gran importancia en el mundo actual. Ambos cuentan con una amplia difusión a nivel mundial, una rica historia y una influencia considerable en diversos ámbitos. Dominar tanto el español como el inglés abre un abanico de oportunidades en términos de comunicación, educación y carrera profesional, por lo que es fundamental valorar y fomentar el aprendizaje de ambos idiomas para poder desenvolverse con éxito en un mundo cada vez más interconectado y multicultural.

Sin embargo, y a pesar de todo esto, no entiendo por qué en la Unión Europea, ahora sin Reino Unido, seguimos hablando en inglés entre nosotros, teniendo varios idiomas como el español, el portugués, el

italiano, el francés o el alemán. Quizás es el momento de usar más tecnología para hablar entre nosotros y potenciar en Europa hablar dos de nuestros idiomas y no el inglés. Creo que sería una decisión valiente.

La revolución de la tecnología

En la actualidad, la tecnología ha revolucionado la forma en que nos comunicamos y nos conectamos con el mundo. Una de las áreas en las que ha tenido un impacto significativo es en el aprendizaje de idiomas puesto que, gracias a los avances tecnológicos, ahora es más fácil que nunca aprender a hablar un nuevo lenguaje de forma rápida y efectiva.

Una de las herramientas más populares para aprender idiomas a través de la tecnología son las aplicaciones móviles. Estas

aplicaciones ofrecen una amplia variedad de lecciones, ejercicios y actividades interactivas que permiten a los usuarios practicar y mejorar sus habilidades lingüísticas en cualquier momento y en cualquier lugar. Algunas de las más populares son *Duolingo*, *Babbel* y *Rosetta Stone*, diseñadas para adaptarse a las necesidades y preferencias de cada usuario.

Otra tecnología que ha revolucionado la forma en que aprendemos idiomas son los traductores automáticos, que utilizan Inteligencia Artificial y redes neuronales para traducir de forma instantánea textos, conversaciones e incluso señales de tráfico en tiempo real. Gracias a estos traductores automáticos, ahora es posible comunicarse en cualquier idioma sin la necesidad de dominarlo a la perfección.

Además de las aplicaciones móviles y los traductores automáticos, la tecnología también ha facilitado el acceso a clases y tutorías en línea. Plataformas como *italki*, *Verbling* y *Preply* permiten a los usuarios conectarse con profesores nativos de todo el mundo para recibir clases personalizadas a través de videoconferencias. Estas clases en línea ofrecen la flexibilidad y la comodidad de aprender desde casa, a la vez que brindan la oportunidad de practicar la pronunciación y la conversación en tiempo real.

Por otro lado, la realidad virtual también ha demostrado ser una herramienta efectiva para el aprendizaje de idiomas, ya que permite a los estudiantes mejorar su comprensión auditiva y su fluidez en el idioma de una manera divertida y envolvente. Gracias a la inmersión que proporciona esta tecnología, los usuarios pueden practicar situaciones cotidianas como pedir un café en una cafetería o dar indicaciones en la calle, de una manera más realista y dinámica.

Sin duda, la tecnología ha cambiado la forma en la que aprendemos idiomas, ofreciendo una amplia variedad de herramientas y recursos que nos ayudan a mejorar nuestras habilidades lingüísticas de forma rápida y efectiva. Una auténtica revolución que nos ha abierto un mundo de oportunidades y de posibilidades.

lasalá

Gourmet

El sabor de la bahía

Salicornia, sal y flor de sal marina

www.productoslasala.com



OPINIÓN

GUSTAVO DE MEDINA Y ÁLVAREZ
CEO DE IBERSPONSOR,
CONSULTORES DE
COMUNICACIÓN

Cada día que acudo a los diferentes museos de Andalucía el panorama de visitantes que me encuentro es muy desalentador, están prácticamente vacíos, y los que acuden a ellos son de una edad avanzada o relacionados con la actividad cultural, es decir casi una especie de casta ilustrada que disfruta con la visión de esas grandes obras de una manera muy única y aislada.

Algún grupo de turistas rompe el silencio y da colorido a las salas, con sus atuendos multicolors y sus voces y caras expresivas al ver la cultura española, tan rica y variada, colgada en las paredes de esos museos que ya sus edificios son únicos y excepcionales: antiguos conventos, palacios o espacios de nueva creación de afamados arquitectos.

El pasado mes, en una conversación con un gestor cultural, me daba datos sobrecoadores de la asistencia a estos espacios culturales: tan solo el 12% de los nacionales acudía una vez al año a algún museo de su ciudad, siendo la edad superior a 50 años. Este dato era peor si preguntábamos cuándo había acudido al museo y mayoritariamente lo había hecho haciendo turismo y en otra ciudad que no era su residencia habitual. Este dato nos lleva a la reflexión siguiente: ¿Están hechos los museos tan solo para el turismo?

Esta realidad, de seguir así, nos llevaría a ver los museos como algo ajeno a nuestras ciudades, contenedores carentes de vida, deficitarios y faltos de atracción para nuestros ciudadanos, algo a lo que no echaríamos de menos si algún día cerrara y se convierte en restaurante, hotel o discoteca.

Ante este panorama tan desalentador, como comunicador empecé a preguntarme cómo podíamos atraer de nuevo público a estos recintos únicos que atesoran patrimonio e historia por doquier. Fruto de esta reflexión salieron estas recomendaciones que aquí enumero para que entre todos reventemos la realidad actual.

La primera idea que os brindo, lectores, es la de practicar poner en práctica esta tormenta de ideas que seguro lograran mejores niveles de visitantes y aumento de la estima y consideración del hecho museístico

1. Experiencias Inmersivas:

- Realidad Virtual y Realidad Aumentada: Implementar estas tecnologías para crear experiencias interactivas que transporten a los visitantes al interior de las obras o a diferentes épocas.

- Visitas guiadas virtuales: Ofrecer visitas guiadas en 360° o con hologramas para



Reinventar la forma de acercar visitantes a los museos



una experiencia más personal y atractiva.

- Mapas interactivos y juegos: Desarrollar apps con mapas interactivos, juegos y retos que incentiven la exploración del museo y la búsqueda de información.

2. Contenidos Personalizados:

- Recomendaciones personalizadas: Utilizar algoritmos para recomendar obras y exposiciones según los intereses de cada visitante.

- Audioguías personalizadas: Permitir a los visitantes elegir qué información quieren escuchar sobre cada obra, en su idioma preferido.

- Creación de avatares: Ofrecer la posibilidad de crear un avatar que acompañe al visitante en su recorrido y le ayude a interactuar con el museo.

3. Interacción y Redes Sociales:

- Espacios de debate y talleres: Organizar talleres, conferencias y debates online para fomentar la participación activa del público.

- Uso de hashtags y challenges en redes sociales: Crear campañas en redes sociales con hashtags y challenges para aumentar la visibilidad del museo y generar contenido viral.

- Concursos y premios: Ofrecer concursos y premios para incentivar la participación del público en las actividades del museo.

4. Accesibilidad e Inclusión:

- Visitas adaptadas para personas con discapacidad: Ofrecer visitas guiadas con intérpretes de lengua de signos, audioguías con descripción de las obras y recorridos accesibles.

- Contenidos en varios idiomas: Traducir la información del museo a diferentes idiomas para facilitar la accesibilidad a visitantes de todo el mundo.

- Programación para público familiar: Diseñar actividades y talleres específicos para familias con niños, con diferentes edades e intereses.

5. Nuevos Espacios y Eventos:

- Cafeterías y restaurantes temáticos: Crear espacios de encuentro y descanso con una temática relacionada con el museo.

- Tiendas con productos originales: Ofrecer productos originales y de calidad relacionados con las obras y exposiciones del museo.

- Eventos culturales y musicales: Organizar conciertos, obras de teatro, performances y otros eventos culturales en el museo.

En definitiva, la clave para reinventar la forma de acercar visitantes a los museos es ofrecer experiencias únicas e innovadoras que combinen tecnología, interacción, accesibilidad y creatividad.



De puerta a puerto

OPINIÓN

ANA JÁUREGUI RAMÍREZ

VICEPRESIDENTA DE CGITI Y
DECANA DE COGITISE

 Ana María Jáuregui
Ramírez

 @amjaureguir

A veces se nos olvida, pero Sevilla fue la ciudad más importante del mundo. Ciertamente es que ha llovido mucho desde aquella época en la que América y Europa confluían a los pies de la Torre del Oro, pero la esencia de aquellos tiempos sigue marcada en la orografía de la ciudad gracias a nuestro puerto.

El Puerto de Sevilla continúa siendo una de nuestras vías de conexión más importantes. Una entrada al mar que se traduce en una puerta al intercambio comercial y logístico. Una puerta que funciona, porque la Autoridad Portuaria ha anunciado que ha cerrado 2023 con un crecimiento del 4% en los tráficos y 2,2 millones de euros de beneficio.

La ZAL del puerto de Sevilla, la primera de Andalucía, ha conseguido en los veinte años que lleva operativa una ocupación del 100% y cuenta con importantes planes de desarrollo. A ello debemos sumar la Zona

Franca, la terminal de cruceros y, por supuesto, ser el único puerto marítimo de interior de España.

Cada día son más los proyectos que buscan este enclave para crecer: Amazon, Airbus, Decathlon, Asmodee, XPO, Rhenus, 4gasa, Collbatallé, ... cuentan con su base en el puerto sevillano desde la que operan para el sur de la península y norte de África.

Ahora se espera la construcción de una planta de tratamiento de aguas industriales que Aguas de Sevilla quiere levantar en una parcela de 5.040 metros cuadrados, o el Centro Tecnológico y de Operaciones dedicado a la fabricación de electrolizadores de hidrógeno de H2B2 Electrolysis Technologies en otra parcela de 45.000 metros cuadrados. Iniciativas, ambas, que generarán importantes puestos de trabajo para personal cualificado ligado a la Ingeniería. Y es que aquí está una de las claves del crecimiento portuario de Sevilla, la generación de empleo de calidad.

El sector de la logística es uno de los primeros que ha apostado por la digitalización de sus procesos. Todos los pasos de la cadena productiva han experimentado en la última década una auténtica revolución, logrando ser administrados con mayor eficiencia, por tanto, aumentando su productividad y reduciendo costes.

La Ingeniería Logística que impera en las empresas presentes en el Puerto de Sevilla son un claro ejemplo cómo la implantación de las nuevas tecnologías puede potenciar la efectividad de una empresa, agilizando sus labores diarias e impulsando su crecimiento.

Contamos, por tanto, con un enclave único, con empresas potentes y en pleno crecimiento, con la eficacia latente que demuestra la Ingeniería logística y con los mejores profesionales del sur de Europa en esta materia.

Creo, sin lugar a dudas, que Sevilla, en particular, y Andalucía, en general, están en el momento idóneo para volver a convertirse en la puerta del mundo.



*ACREDITADO BECA

TALENTUM

ALTAS CAPACIDADES INTELECTUALES

PROGRAMA DE ENRIQUECIMIENTO ONLINE 

RESERVAS CURSO 23-24 



Economía Azul para un futuro sostenible



OPINIÓN

ROSA SILES

CONSEJERA
PARA STARTUPS,
ORGANIZACIONES Y
ENTIDADES SIN ÁNIMO
DE LUCRO

 Rosa Siles Moreno

El economista belga Gunter Pauli popularizó el concepto de economía azul en su libro *The Blue Economy*. Desde entonces, la Economía Azul se ha convertido en un ámbito económico relevante, destacando por su potencial para generar riqueza, empleo y crecimiento económico a la vez que un gran impacto por su capacidad para generar beneficios económicos de manera sostenible a través de la utilización de los recursos marinos y costeros. Abarca actividades directa o indirectamente relacionadas con los océanos, el mar y la costa y es a día de hoy un pilar fundamental indiscutible para un crecimiento económico respetuoso con el medio ambiente. Además puede contribuir significativamente a la diversificación de la economía pues al fomentar la innovación y el emprendimiento en sectores como la tecnología marina, la biotecnología o la gestión costera, se crean nuevas oportunidades de negocio y de empleo tan necesarias hoy.

La Economía Azul a nivel mundial, en España y en Andalucía presenta cifras significativas que reflejan su importancia económica y su potencial de crecimiento sostenible. Según el informe *Annual Economic Report on EU Blue Economy*, la economía

azul da empleo en España a más de 690.000 personas, y en toda la Unión Europea genera más del 1,6% del PIB. En Andalucía, la Economía Azul supone alrededor de 17.000 millones de euros, lo que equivale al 10,5% del Producto Interior Bruto regional con la generación de 300.000 empleos. Andalucía se posiciona estratégicamente como un lugar clave para el desarrollo de la Economía Azul y es una de las tres comunidades autónomas líderes en España junto con Cataluña y Canarias. La clave: el binomio innovación y tecnología como impulsor del progreso económico sostenible.

El sector marítimo-marino es uno de los vectores de crecimiento más importantes para 2024. En Andalucía contamos con una extensa costa que nos otorga una identidad marina única, reflejada en nuestra cultura y economía. En torno a ella, se viene tejiendo un ecosistema innovador emergente que ha comprendido la importancia de aprovechar la oportunidad y el sentido de urgencia medioambiental. En este sentido, crear el marco gubernamental para el desarrollo de la Economía Azul ha sido un paso fundamental para avanzar en un modelo basado en el conocimiento, la innovación y la sostenibilidad. La Estrategia Andaluza de Economía Azul Sostenible (EA2) es un marco clave que promueve la innovación, la protección de la biodiversidad marina, la adaptación al cambio climático y el fomento del turismo sostenible en el medio litoral y marino. Es una pertinente y necesaria estrategia alineada con la estrategia europea de crecimiento azul, que pretende impulsar la investigación y la innovación del conocimiento azul, así como promover la cultura marina en Andalucía.

Es el momento, contamos con masa crítica, hoy se identifican más de 35.000 empresas en sectores relacionados con este sector en la región, lo que demuestra el potencial para impulsar el desarrollo económico sostenible al que aspiramos y necesitamos.

Poner el foco en fomentar la Investigación, el desarrollo y la innovación del

conocimiento azul y promover la innovación para el desarrollo empresarial, la generación de comunidades industriales innovadoras y las nuevas iniciativas emprendedoras es clave, pues se trata de una tarea conjunta que debe ser guiada por la colaboración público privada en la que el un modelo de gobernanza abierto nos ayudará a avanzar sin dejar a nadie atrás.

Para abordar este reto es importante articular un ecosistema cohesionado y colaborativo que promueva la colaboración con Empresas Tecnológicas con la tecnología como herramienta fundamental para lograr un crecimiento sostenible en los puertos y sus entornos en Andalucía. Un referente en este aspecto es la Incubadora de Empresas Incubazul. En la Zona Franca de Cádiz, esta incubadora alberga a más de 60 startups enfocadas en emprendimiento, innovación y economía azul. Es una iniciativa que busca fomentar el compromiso con el medio ambiente y promover el desarrollo de proyectos innovadores relacionados con la Economía Azul. Sus resultados nos demuestran que se puede y se debe emprender en este sector contando con las capacidades necesarias: una de cada tres startups acogidas en Incubazul ya ha comenzado su facturación, entre ellas Tuestino Sostenible, Productos La Salá y TrashPeak. Contar con una convocatoria permanente permite la incorporación constante de startups innovadoras con propuestas revolucionarias que estimulan la innovación abierta.

Sin duda es el momento de apostar por la innovación y pensar distinto. Dado que los ecosistemas marinos no conocen fronteras, es fundamental trabajar de manera conjunta para abordar los desafíos ambientales y económicos que enfrentan nuestros mares. La colaboración entre gobiernos, empresas, organizaciones no gubernamentales y comunidades locales es clave para garantizar un uso responsable y equitativo de los recursos marinos. En este plano la clave del éxito consiste en comprender que es imprescindible adoptar compromisos locales fijados al territorio y actuar.

En este sentido, el Clúster Marítimo Marino de Andalucía es un pilar fundamental en el impulso del sector marítimo andaluz, la defensa de sus intereses, y la creación de un marco legal adecuado para el desarrollo de dicha industria en Andalu-



cía, España y el resto del mundo. Empresas innovadoras de distintos subsectores marítimos con una alta cualificación tecnológica en actividades tan diversas como la pesca, acuicultura, construcción naval, transporte marítimo, náutica de recreo, investigación y formación marítima, puertos y actividades portuarias, industrias de extracción marítimas, turismo marítimo y arqueología submarina trabajan con una visión compartida: hacer de la economía azul en Andalucía una palanca clave del desarrollo económico y social y un referente en España y en Europa. Para ellos es el momento de pasar a la acción y concretar todas las medidas que han de ser implementadas con el fin de potenciar el Crecimiento Azul en Andalucía. Una hoja de ruta que cuente con la estrecha cooperación entre la universidad y la investigación, los gobiernos locales, supramunicipales, autonómicos o el central, así como con la ciudadanía, los medios de comunicación y las organizaciones de defensa de la biodiversidad marina.

El reto que afrontamos es grande. Hoy vivimos un claro aumento de la presión sobre los ecosistemas marinos, una necesidad clara de inversión en investigación y tecnología; el desarrollo de una regulación y gobernanza de los océanos. Todo ello tiene como factor esencial el desarrollo y atracción de talento innovador azul. Término que me permito utilizar para poner de manifiesto que es el factor humano y las alianzas estratégicas las que darán respuesta a los retos que abordamos.

Ahora más que nunca la innovación y la mentalidad emprendedora contribuyen a la conservación de nuestros océanos y abren nuevas oportunidades para el crecimiento y la prosperidad de las comunidades costeras en todo el mundo. Tengámoslo presente, sin el desarrollo global de la economía azul el futuro del mundo no será sostenible.

La “pena de muerte” en España sólo se aplica a las empresas, salvo que tengan compliance que las exima

OPINIÓN

GONZALO JUAN FERNÁNDEZ-SAMBRUNO CLAVER

ABOGADO TITULAR DE CLAVER & EGLER ABOGADOS Y MEDIADORES SLP. DOCTORANDO EN DERECHO PENAL ECONÓMICO. MÁSTER EN DERECHO PENAL ECONÓMICO UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA. COMPLIANCE OFFICER POR WCA E IOC (ÚNICO EN EL MUNDO)

 Gonzalo Fernández Sambruno

Por brusco que suene el titular, no puede ser más real su contenido, y es que en España gracias a Dios no hay pena de muerte para las personas físicas, pero curiosa y paradójicamente si existe la “pena de muerte” para las empresas, que no es otra cosa que la disolución total de la misma.

Y es que verdaderamente es una pena, que con el sólo y mero hecho de contar con un sistema de cumplimiento normativo debidamente implementado, por persona idónea para ello, y con un seguimiento y control debido, estaría la empresa exenta de responsabilidad penal, y no se llegaría a la disolución de la misma.

Pues bien, trayendo parte del artículo que elaboré en enero en el que se enumeraban todas y cada una de las penas que se pueden imponer a una persona jurídica responsable, hoy nos vamos a centrar y profundizar en una sola de ellas como es la disolución de la sociedad, o coloquialmente como reza en el titular “la muerte de la empresa”.

Por si algún lector no tuvo acceso a aquel artículo, reproduciré el catálogo de penas del artículo 33.7 del Código Penal para que el lector sea conocedor de las mismas, pero esta vez sin profundizar como entonces en cada una de ellas, sino haciendo hincapié en la “disolución de la persona jurídica”.

Artículo 33.7 Código penal.

7. Las penas aplicables a las personas jurídicas, que tienen todas la consideración de graves, son las siguientes:

a) Multa por cuotas o proporcional.

b) Disolución de la persona jurídica. La disolución producirá la pérdida definitiva de

su personalidad jurídica, así como la de su capacidad de actuar de cualquier modo en el tráfico jurídico, o llevar a cabo cualquier clase de actividad, aunque sea lícita.

c) Suspensión de sus actividades por un plazo que no podrá exceder de cinco años.

d) Clausura de sus locales y establecimientos por un plazo que no podrá exceder de cinco años.

e) Prohibición de realizar en el futuro las actividades en cuyo ejercicio se haya cometido, favorecido o encubierto el delito. Esta prohibición podrá ser temporal o definitiva. Si fuere temporal, el plazo no podrá exceder de quince años.

f) Inhabilitación para obtener subvenciones y ayudas públicas, para contratar con el sector público y para gozar de beneficios e incentivos fiscales o de la Seguridad Social, por un plazo que no podrá exceder de quince años.

g) Intervención judicial para salvaguardar los derechos de los trabajadores o de los acreedores por el tiempo que se estime necesario, que no podrá exceder de cinco años.

La intervención podrá afectar a la totalidad de la organización o limitarse a alguna de sus instalaciones, secciones o unidades de negocio. El Juez o Tribunal, en la sentencia o, posteriormente, mediante auto, determinará exactamente el contenido de la intervención y determinará quién se hará cargo de la intervención y en qué plazos deberá realizar informes de seguimiento para el órgano judicial. La intervención se podrá modificar o suspender en todo momento previo informe del interventor y del Ministerio Fiscal. El interventor tendrá derecho a acceder a todas las instalaciones y locales de la empresa o persona jurídica y a recibir cuanta información estime necesaria para el ejercicio de sus funciones. Reglamentariamente se determinarán los aspectos relacionados con el ejercicio de la función de interventor, como la retribución o la cualificación necesaria.

Lo expresa bien claro el articulado, *Disolución de la persona jurídica, pérdida definitiva de su personalidad jurídica, pérdida de su capacidad de actuar, y la imposibilidad de llevar a cabo cualquier clase de actividad.*

Y para constatar que esto no es una cuestión baladí, ni ninguna tontería, ni ninguna



nimiedad, os traigo en este artículo de este mes una Sentencia del Tribunal Supremo, donde se disolvió la sociedad y hubo además una importante sanción económica.

Concretamente nos referimos a la sentencia TS 183/2021, de 3 de marzo, Rec. 1831/2019 la cual confirma la condena a la empresa en cuestión (Esta fue la sentencia que confirmó: SAP Valladolid 37/2019, de 18 de febrero) por un delito de estafa inmobiliaria a una multa de 3,1 millones de euros y su DISOLUCIÓN.

Como el Tribunal Supremo lo que hace es confirmar, debemos acudir para ver que existen sentencias donde se condena a la DISOLUCIÓN de la sociedad, por no contar con UN DEBIDO SISTEMA DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO, a la Sentencia de la Audiencia Provincial de Valladolid para ver exactamente que es lo que dice la misma:

A continuación, el extracto de la SAP Valladolid 37/2019, de 18-II-2019:

“Teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 251 bis, párrafos primero, epígrafe a), y segundo, del Código Penal, en relación con el artículo 33.7 b) del mismo texto legal, procede imponer a NOMBRE DE LA EMPRESA S.L. LA PENA DE 3.189.417,39 EUROS DE MULTA, pena que se impone teniendo en cuenta, por un lado, la cantidad defraudada a PARTE PERJUDICADA, que se estima en la cantidad resultado de restar al importe del crédito dispuesto (1.163.639,13 euros) los 100.000 euros entregados a dicha

entidad en cumplimiento de lo estipulado en el documento transaccional de quita, y, por otro, lo dispuesto en el artículo 251 bis, párrafos primero, epígrafe a), procediendo así mismo ACODAR SU DISOLUCIÓN CON LOS EFECTOS PREVISTOS EN EL CITADO ARTÍCULOS 33.7 B (pérdida definitiva de su personalidad jurídica, así como la de su capacidad de actuar de cualquier modo en el tráfico jurídico, o llevar a cabo cualquier clase de actividad, aunque sea lícita), pena que se impone teniendo en cuenta, conforme dispone el artículo 66 bis del Código Penal, la necesidad de prevenir la comisión de nuevos delitos, la ausencia de efectos para trabajadores (la indicada mercantil carecía de ellos) y el control absoluto que sobre la misma ejercía el acusado”.

Pues bien, a modo de cierre del artículo, y desde la intención pedagógica e informativa que tiene el mismo, y todas las actividades divulgativas que realizo para que se tome conciencia de la importancia “vital” que supone contar con un sistema de cumplimiento normativo, he de decir que es una verdadera pena que puedan llegar a CERRAR UNA EMPRESA POR NO CONTAR CON UN SISTEMA DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO.

Aquí os he dejado para muestra un botón, como se dice coloquialmente, una SENTENCIA DONDE CIERRAN UNA EMPRESA POR NO TENER UN SISTEMA DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO.

OPINIÓN

M^a JOSÉ ANDRADE ALONSO

PERIODISTA. DIRECTORA DEL ESPACIO MUJERES VALIENTES

 Maria Jose Andrade Alonso @Mjandrade_News

Foto: Marcelo del Pozo.

En estos días en los que se acaba de celebrar el Día Internacional de la Mujer, me gustaría hacer hincapié en que ese día no es sólo una fecha referida al 8M, sino un motivo para seguir dando voz y visibilidad a un gran número de mujeres que representa o tras muchas.

Estamos hablando de las mujeres empresarias y emprendedoras que, desde nuestra tierra, construyen en positivo, suman desde asociaciones que sirven de altavoz y aglutina a un alto número de asociadas, y que son el fiel reflejo de una sociedad moderna, innovadora, preparada y dispuesta a trabajar sin descanso desde y por Andalucía.

Por eso el 8 de marzo no puede quedar en un número en el calendario; así que, y si me lo permiten, me voy a tomar la licencia de poner nombre, apellidos a uno de los valores tangibles de Andalucía: las mujeres empresarias, emprendedoras y profesionales de distintos ámbitos.

Las empresarias de Andalucía han dado un paso al frente. Un paso que señala el camino en el que están más que dispuestas a asumir riesgos para ser el ejemplo para que otras comunidades sepan identificar a estas profesionales que, casi a diario, tienen que cambiar las respuestas ante los retos que debe asumir.

Empresarias como María Castro, directora ejecutiva de Fabrienvaf Nuca (Desengrasante El Milagrito); Raquel Sanz, directora de Frigoríficos Guadalquivir; Lola Ojeda, directora general de L&M Tu Silueta, Ana Molina, CEO de Odderslab; Roseta Torres, CEO de RTD Accounting; Ángeles Martín Prats, presidenta de Skylife Engineering o Nuria Egea, cofundadora y CEO de TECNOALGAE, son el mejor exponente para saber el verdadero significado de la palabra EMPRESARIA.

Empresaria siempre en mayúsculas, y sin exagerar porque la determinación que ponen a todo y día a día, se traduce en cifras económicas que reportan en nuestra comunidad autónoma.

Una Andalucía que ya puede presumir de un talento femenino rico en matices. Ma-

trices que las hace diferentes pero que no por ello difieren en absolutamente nada porque todas ellas son las mejores embajadoras. Y lo son porque llevan nuestro nombre a lo más alto y con la certeza de que lo hacen por el bien común.

Otras muchas, y desde distintas asociaciones como Vanesa Muñoz, empresaria y presidenta de Empresarias Sevillanas, y vicepresidenta de la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES), abogan por impulsar el movimiento asociativo como *“una apuesta de futuro de progreso y transformación”*.

Asociaciones que se están posicionando con el firme propósito de ayudar a otras muchas para que no se queden por el camino. A extender la mano para transmitir fortaleza y a apoyar a otras cuando éstas lo necesiten.

La universidad como motor del cambio para la comunidad universitaria femenina. Siempre haciendo el esfuerzo de transferir el conocimiento y facilitando herramientas a las universitarias de toda Andalucía para que puedan emprender sus ideas de negocio.

Una universidad en la que nos encon-

Mujeres empresarias con nombres y apellidos... El valor de Andalucía

tramos con mujeres referentes del ámbito universitario como, Ana López Jiménez, vicerrectora de Servicios Sociales, Campus Saludable Igualdad y Cooperación; Marina Rosales, jefa del Secretariado de Transferencia del Conocimiento y el Emprendimiento de la Universidad de Sevilla o Blanca Torres, responsable de comunicación del STCE... Todas ellas personal de la Universidad de Sevilla, y exponentes del emprendimiento femenino impulsado desde la Academia y con un nombre de proporciones perfectas: El Programa Áurea.

Por supuesto, mencionar a esa larga lista de mujeres que, desde los entornos rurales, no cejan en el empeño de continuar viviendo en los pueblos que las vieron nacer. Emprendedoras rurales como Estefanía Escolano, fundadora de Micro'Van Belleza sobre ruedas; Cristina Garrido, directora de Aceite Los Quinientos; Anita “La cortijera” ganadera de Granada; la artesana Mariló Rodríguez o Francisca Molina, CEO y fundadora de Seleziona Asesores.

No podía olvidar a Mamen Soria, como parte del equipo de Cámara de Comercio de Sevilla, que ha sido reconocido con el Premio de Meridiana 2024, Iniciativas Empresariales, por el Programa de Apoyo Empresarial a las mujeres andaluzas. Un programa que ha asesorado a casi más de 32.000 mujeres a lo largo de dos décadas, y en el que ella juega un papel fundamental por su entrega y dedicación a las miles de sevillanas, que venidas de toda la provincia, han puesto en marcha alguna de las más de 7.000 empresas promovidas por mujeres. *

¿Podríamos haber dado números? Sí ¿Sería enriquecedor ofrecer datos? Probablemente, pero este era un homenaje a todas porque queremos que sirvan de modelos. Y lo son porque saben ejercer el liderazgo, demuestran un valentía incuestionable y tienen el convencimiento de que el valor de Andalucía, hoy más que nunca, tiene nombre y apellidos de mujer.

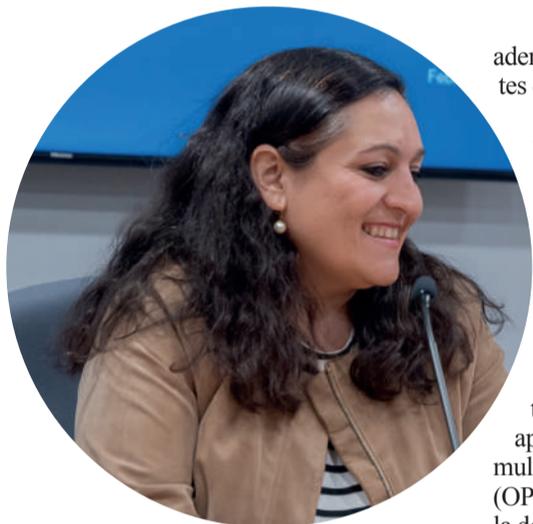
*El Premio Meridiana Iniciativas Empresariales 2024, ha sido concedido a las trece Cámaras de Comercio territoriales de Andalucía, por su Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM) pero queremos hacer mención a Mamen Soria, ya que es una de las técnicas de abanderan este programa desde sus inicios.

OPINIÓN

ROCÍO TORNAY
CEO DE INTELQUALIA,
INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS & ESTUDIOS
DE OPINIÓN

 Rocío Tornay Márquez

Puertos andaluces: motores de desarrollo y vanguardia tecnológica



En el panorama portuario de España, Andalucía brilla con luz propia, albergando el sistema portuario más destacado del país. Las siete Autoridades Portuarias de Andalucía (Almería, Motril, Málaga, Algeciras, Sevilla, Bahía de Cádiz y Huelva) suponen un sólido cimiento para el crecimiento económico regional. Los puertos andaluces se convierten en auténticos motores de desarrollo, impulsando la economía regional y contribuyendo al progreso de toda Andalucía. Nuestro sistema portuario no solo facilita el comercio internacional y la conectividad global, sino que también posiciona a la región como un destacado centro logístico en el sur de Europa. En consecuencia, Andalucía emerge como un punto de referencia ineludible en el mapa económico del continente, gracias al papel crucial desempeñado por sus puertos en la dinamización y fortalecimiento de su tejido económico, siendo el puerto de Algeciras el más importante de España y el cuarto más importante de Europa, figurando,

además, como uno de los puertos más eficientes del mundo.

Las importantes inversiones en innovación tecnológica son clave para que Andalucía sea un referente en materia portuaria. Entre las distintas iniciativas que se están llevando a cabo, el puerto de Algeciras destaca por ser pionera en la aplicación de la IA con distintos desarrollos y proyectos, tales como un Sistema de Lectura Inteligente de matrículas de vehículos y contenedores en tiempo real mediante Deep Learning, la aplicación de Machine Learning para la Simulación de la Operación Paso del Estrecho (OPE), y el proyecto Vision Row, centrado en la detección inteligente de colas de camiones y la estimación de tiempos de espera en los accesos portuarios a través de la visión artificial inteligente, todos estos proyectos fueron expuestos en el 1er Congreso de Inteligencia Artificial de Andalucía, organizado por la Junta de Andalucía, a través de la Agencia Digital de Andalucía (ADA) y celebrado en el Palacio de Congresos de Granada el pasado mes de noviembre.

Por su parte, el puerto de Sevilla en su plan de digitalización, el cual se puso en marcha en 2022 con una inversión de ocho millones de euros, tiene el objetivo estratégico de modernizar la tecnología y mejorar la competitividad y la conectividad logística, lo que se traduce en medidas para la optimización de la vía navegable, la promoción de la sincromodalidad marítimo-terrestre y la excelencia ferroviaria, así como la mejora en la conectividad entre los agentes de la cadena logística.

En relación con el puerto Bahía de Cádiz, el pasado mes de febrero, la presidenta de la Autoridad Portuaria Bahía de Cádiz (APBC), Teófila Martínez, en el marco de la Jornada sobre 'Oportunidades de innovación tecno-

lógica asociadas al suministro eléctrico en buques atracados en puertos', organizada por la Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA) en colaboración con la APBC y Endesa X, anunciaba que en el último cuatrimestre del año, el puerto Bahía de Cádiz se convertirá en el primero de España en implementar el sistema OPS (Onshore Power Supply o Abastecimiento de Electricidad en Tierra) para cruceros, en colaboración con Endesa X. Esta iniciativa permitirá a los buques atracados abastecerse de energía eléctrica, lo que posibilitará apagar sus motores, contribuyendo así significativamente a la reducción de emisiones contaminantes y ruido producido por los cruceros durante su estancia en el muelle.

En cuanto al Puerto de Huelva, destaca como uno de los principales centros comerciales portuarios de España y figura prominentemente a nivel europeo. En los últimos años, ha sido precursor en el sector portuario español al implementar tecnologías y medidas innovadoras para impulsar la digitalización y la innovación, la Lonja de la Innovación (propuesta de la Autoridad Portuaria de Huelva y Telefónica) es una de sus iniciativas más notables, un espacio de vanguardia donde las empresas pueden desarrollar productos innovadores y promover la transferencia de conocimientos para mejorar su competitividad en el ámbito portuario y logístico. La Lonja de la Innovación, ya tiene en su haber distintos reconocimientos, entre ellos el galardón por parte de la Unión Europea, como Centro Europeo de Innovación Digital (EDIH) consolidando la posición del Puerto de Huelva como líder en la promoción de un entorno de innovación digital en el sector portuario y logístico, obteniendo los máximos reconocimientos a nivel europeo y mundial.

Respecto a Andalucía Oriental, el Puerto de Málaga aprobaba su plan estratégico el pasado mes de diciembre, orientándose hacia

un futuro sostenible mediante cuatro ejes estratégicos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, en el cual busca reforzar su sostenibilidad económica mediante el aumento de tráfico y actividad portuaria, priorizando el comercio de productos autóctonos y fortaleciendo la intermodalidad. Además, apuesta por la transición hacia prácticas más ecológicas y la adopción de tecnologías de la economía 4.0 para mantener su competitividad. Este plan pretende posicionar al puerto de Málaga como un motor económico integral, generando empleo y promoviendo la integración urbano-portuaria.

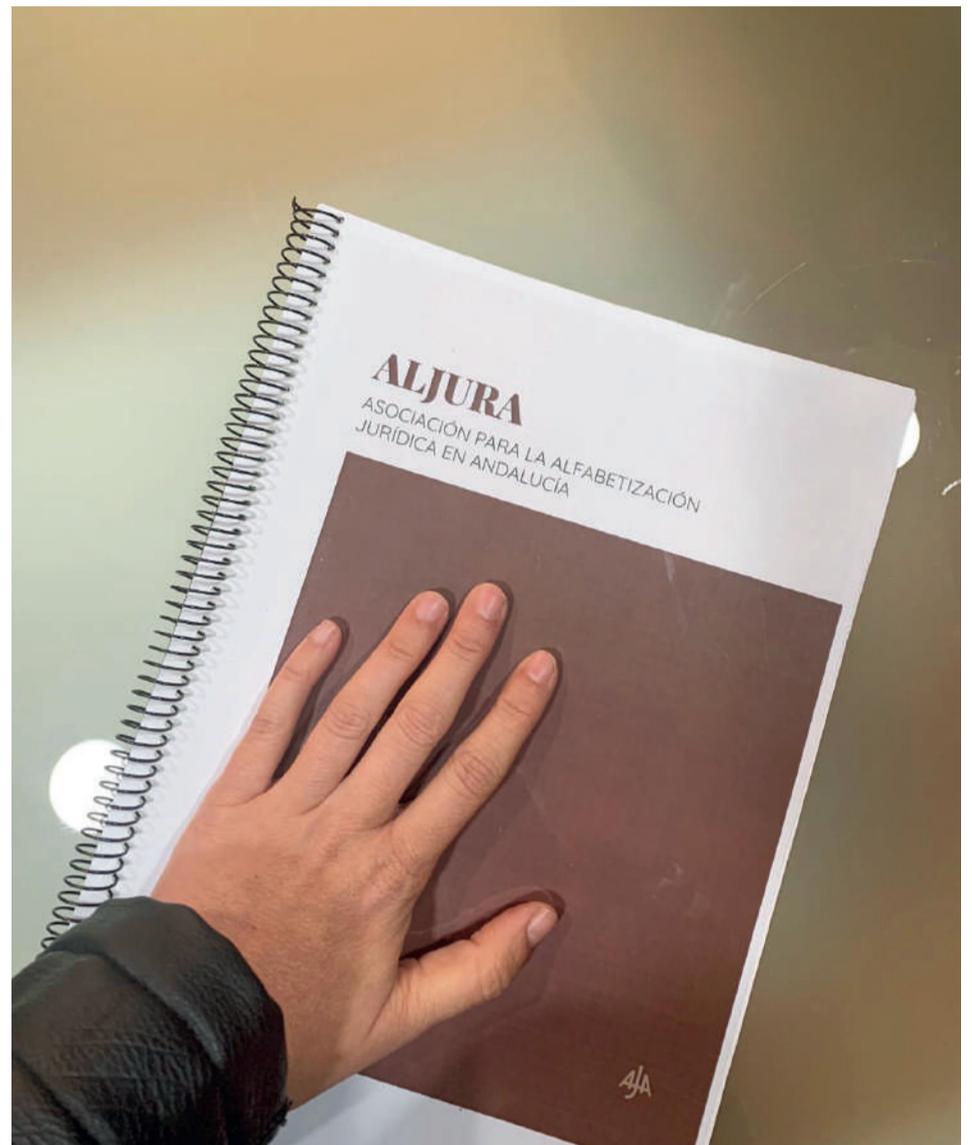
Se destaca igualmente, que la Autoridad Portuaria de Motril finalizaba con éxito el pasado mes de noviembre, su proceso de digitalización para el Servicio Integral de Administración Electrónica, ampliando así su catálogo de procedimientos disponibles para ciudadanos y empresas. Este avance busca agilizar los trámites administrativos, permitiendo realizar todo el proceso de forma electrónica y sin necesidad de papel, desde el inicio hasta la finalización de los expedientes. Además, se asegura el cumplimiento de la normativa en seguridad y continuidad del servicio las 24 horas del día, los 7 días de la semana. La inversión realizada para implementar los software y hardware necesarios para esta integración, innovación y digitalización asciende a cerca de 200.000 euros.

Por último, la Autoridad Portuaria de Almería anunciaba mes de octubre, una inversión público-privada de 70 millones de euros en los puertos que administra durante el año 2024, con el objetivo de impulsar su desarrollo industrial. Este ambicioso plan se llevará a cabo siempre bajo la premisa fundamental de la sostenibilidad, buscando conciliar el crecimiento económico con la protección del medio ambiente y el entorno social.

Siente la Semana Santa de la provincia de Granada
Déjate llevar por sus mil y una maravillas
Espectacular, emocionante
Una Semana Santa llena de emociones
en una provincia única

2024
Semana Santa
GRANADA LLENA DE VIDA

 Diputación
de Granada



El derecho de estar informados

OPINIÓN

CARLOS R. SIERRA
ABOGADO. PRESIDENTE
DE ALJURA- ASOCIACIÓN
PARA LA ALFABETIZACIÓN
JURÍDICA DE ANDALUCÍA

La gran mayoría de las relaciones y casi la totalidad de los actos de nuestra vida cotidiana están influidos o relacionados con el mundo jurídico; no es necesario ser parte en un procedimiento judicial, el simple hecho de comprar una barra de pan, ya es un negocio jurídico con las implicaciones contractuales de un contrato de compraventa. Descifrar facturas, acuerdos con los bancos o simplemente descodificar las noticias de los medios de comunicación, supone un gran esfuerzo para una parte im-

portante de la población que no está familiarizada con términos jurídicos o económicos.

Esta realidad fue la que nos impulsó a crear una asociación de profesionales que pudieran alfabetizar a los ciudadanos sobre las consecuencias públicas y privadas que tienen sus actos, y que ese conocimiento les ayude a tomar las mejores decisiones para sus intereses y les alejen de problemas posteriores que sean difíciles de solucionar o tengan que ser resueltos bajo la tutela de un Juez o Tribunal.

Con este fin acaba de nacer ALJURA, la Asociación para la Alfabetización Jurídica de Andalucía que cuenta con profesionales especializados en las diferentes ramas del Derecho, Penal, Civil, Administrativo, Familia, Seguros, Consumo, Mercantil, Nuevas Tecnologías, pero igualmente forman parte activa Economistas, socios que han sido Altos Cargos de la Junta de Andalucía y de su Parlamento por lo que conocen bien la estructura y funcionamiento de nuestra Administración. Nuestra asociación cuenta con miembros con una larga trayectoria que pueden aportar su experiencia, pero también con otros más jóvenes que se desenvuelven mejor en ámbitos más digitales

Evidentemente ALJURA no es un despacho de Abogados ni lo será; muchos de sus miembros dirigen o pertenecen a despachos consolidados y especializados en todas las áreas del Derecho. Tampoco es una academia porque no pretendemos habilitar a nadie para desempeñar una función concreta. Lo único que nos mueve es la vocación de servicio y la igualdad de oportunidades.

ALJURA pone el foco en la población más joven, que en la mayoría de los casos tienen un desconocimiento general de las consecuencias de sus actos tanto personales como patrimoniales, y en sus familias que tienen su guarda y custodia y que, por tanto, tienen la obligación del reparar el daño causado por ellos. Los menores son igualmente responsables penales de sus actos y eso pueden acarrearles procedimientos judiciales que, incluso, pueden acabar con el internamiento en un centro. Este grupo de población corre grave peligro por el uso indiscriminado de las nuevas tecnologías y las RRSS que utilizan, muchas veces, sin saber realmente que a qué se exponen.

Otro de los segmentos de población que creemos que necesita más información es el de los mayores, objetivo de empresas que intentan venderles todo tipo de productos, o de desalmados que, valiéndose de su desconocimiento en cuestiones tecnológicas, inventan todo tipo de estafas. A todos nos puede venir a la mente el caso del asesinato de los tres hermanos de Morata de Tajuña que estuvieron sufriendo una estafa por internet durante años llegando incluso a endeudarse tanto a que uno de sus supuestos acreedores acabó con sus vidas.

Los mayores, en general, carecen también de información para tomar decisiones impor-

tantes como puede ser la de testar en favor de sus herederos o si es más beneficioso las donaciones; o el supuesto y las consecuencias de avalar un préstamo, sea personal o hipotecario.

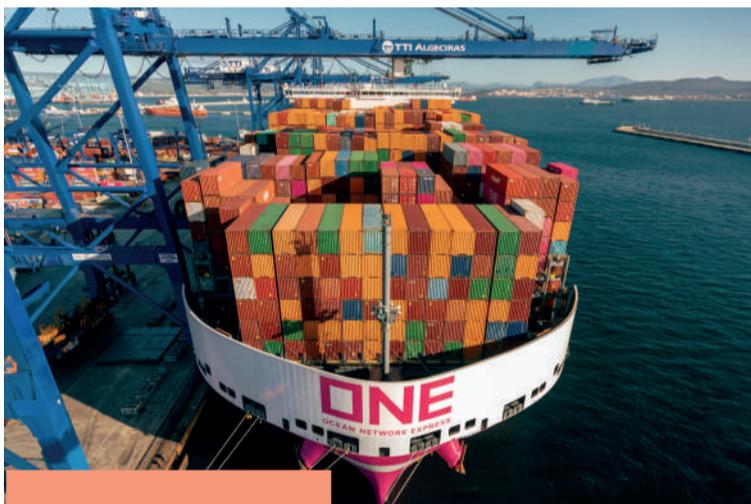
Creemos que también existe, en general, un gran desconocimiento sobre el funcionamiento de las administraciones públicas y los poderes del Estado, el legislativo, el ejecutivo y el judicial. Cómo se estructura y por qué normas se rige la Junta de Andalucía, el Parlamento o el Poder Judicial, en todos sus estamentos, es importante porque ahí es donde radica el funcionamiento de nuestra sociedad. Ellos son garantes de nuestros derechos y los ciudadanos tenemos mecanismos para proponer, exigir y controlar, mucho más allá del hecho de ejercer nuestro derecho al voto cuando toca.

En la sociedad actual, en la que el derecho y la justicia desempeñan un papel fundamental en nuestras vidas, creemos que la alfabetización jurídica es cada vez más importante. Comprender los conceptos básicos del sistema legal y nuestros derechos y responsabilidades no solo nos capacita como ciudadanos informados, sino que también nos brinda la capacidad de protegernos, participar activamente en la sociedad y promover un entorno más justo para todos.

La información nos protege de abusos y violaciones de derechos, nos permite participar de manera significativa en la toma de decisiones y contribuye a un sistema más justo y equitativo. Desde ALJURA creemos que poner el foco en la educación y promover la alfabetización jurídica en nuestras comunidades son pasos fundamentales hacia una sociedad más consciente, más empoderada y por tanto más libre.



Gerardo Landaluce: “Los acontecimientos internacionales afectan sobre manera al transporte marítimo”



ENTREVISTA

GERARDO LANDALUCE
PRESIDENTE DE LA
AUTORIDAD PORTUARIA
BAHÍA DE ALGECIRAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Hace pocas fechas el ministro de transportes Óscar Puente ha anunciado una importante inversión para el puerto para acometer actuaciones pendientes con la finalización de la línea Algeciras-Bobadilla, el impulso de la autopista ferroviaria Algeciras-Zaragoza, y la mejora de los accesos al entorno portuario. ¿Qué supondría para el puerto y la zona de la bahía el poder contar con estas infraestructuras?

El ministro en febrero, durante su visita al Puerto de Algeciras, cuantificó en 1.775 millones de euros las infraestructuras pendientes para afianzarnos como puerta

de entrada a Europa. Son proyectos muy necesarios para mejorar nuestra conectividad terrestre que llevamos reclamando décadas y no sólo beneficiarán al Puerto de Algeciras sino también al conjunto de Andalucía. Hablamos de la mejora de la Algeciras-Bobadilla, el desdoble del túnel del Acceso Norte al puerto, o la Autopista Ferroviaria Algeciras-Zaragoza. Según anunció el ministro Puente las obras están a punto de empezar y absorberán 468 millones de presupuesto para un proyecto estratégico para el transporte intermodal en España. En paralelo desde la Autoridad Portuaria trabajamos en el interior del recinto portuario y la denominada Última Milla para dar respuesta al aumento de tráfico ferroviario que traerá consigo la Autopista Ferroviaria y lograr de esta forma la sostenibilidad ambiental que reclama el transporte terrestre.

El ministerio también trabaja en los proyectos para la variante de Algeciras, crucial teniendo en cuenta que la A7 a su paso por Algeciras se ha convertido en una vía interurbana

y, como reconocen en el ministerio, es una de las autovías nacionales con mayor volumen de tráfico del país.

Con todo, desde el Puerto de Algeciras lo que pedimos es que se ejecuten con urgencia porque así nos lo demandan nuestros clientes y usuarios.

El 1 de enero entró en vigor la normativa referente a las Emission Trading System (ETS). Usted ha alertado en varias ocasiones sobre las consecuencias negativas que podría tener para el puerto de Algeciras. ¿Han observado ya alguna disfunción en este sentido?

Sobre el ETS, desde el Puerto de Algeciras hemos venido advirtiendo desde 2021. Finalmente ha entrado en vigor con algunos cambios a la propuesta inicial, pero siguen siendo insuficientes. En este sentido lo que reclamamos a Bruselas los puertos euromediterráneos es que no perdamos competitividad frente a puertos de terceros países. Los puertos somos activos críticos y estratégicos y parte de la solución en el proceso de descarbonización del transporte marítimo. Respecto a Algeciras, no se es consciente de la joya que Europa tiene en el Sur.

Pero el pacto verde europeo exige que el sector marítimo reduzca al 55% sus emisiones en el 2030 y que alcance la neutralidad climática en el 2050. ¿Lo ve factible?

Es factible, claro que sí, no hablamos de no reducir emisiones, hablamos de que todos juguemos con las mismas reglas. Sin embargo, el ETS provoca paraísos de CO2, a la vez que genera perjuicios económicos a los puertos de transbordo, y pérdida de conectividad que otorga mayor control de nuestra cadena de suministro a puertos de terceros países a la Unión Europea. Sobre este tema también trasladé al ministro de Transportes la necesidad de dar un golpe de mano para desatascar este asunto que sin duda lastrará nuestra competitividad.

Independientemente del ETS, todo el sector portuario en general, y el Puerto de Algeciras en particular, trabaja desde hace años para reducir sus emisiones y partiendo de la base de que el marítimo es el medio de transporte más sostenible por tonelada transportada. Combustibles



de transición como el LNG, alternativos como el hidrógeno verde, conexiones OPS para que los barcos se conecten a la red eléctrica cuando estén en puerto... el compromiso tanto de puertos como el de Algeciras, como de la empresa privada es absoluto para alcanzar los objetivos marcados y muestra de ello son las enormes inversiones que se están llevando a cabo en los puertos para garantizar un futuro sostenible.

En este punto también tenemos que hablar de Tarifa, donde estableceremos la primera línea marítima verde intercontinental entre los puertos de Tarifa y Tánger-Ciudad, iniciativa actualmente a concurso.

Los conflictos que ahora mismo se suceden en el mundo, sobre todo la Guerra en Oriente Próximo, afectan irremediablemente al tráfico marítimo. ¿Qué papel cree que debe jugar en este momento el Puerto de Algeciras?

Efectivamente el conflicto en la Franja de Gaza viene trastocando desde diciembre la logística marítima mundial que como sabemos, no puede parar porque el mundo se colapsaría ya que el 80% del comercio internacional se realiza por vía marítima. La alternativa a navegar por el Mar Rojo es la ruta del Cabo de Buena Esperanza, que como sabemos alarga los tránsitos en más de una semana, encarece el flete y genera más emisiones que hacerlo a través del Canal de Suez. La posición del Puerto de Algeciras

en este caso sigue siendo privilegiada. El primer punto geográfico de Europa continental donde los barcos pueden realizar cualquier operación tras esa larga travesía -ya sea carga o descarga, repostaje de combustible, o reparaciones- es el Estrecho de Gibraltar y ahí el sector sabe de la amplia oferta y excelencia de los servicios que oferta el Puerto de Algeciras. Ya en los dos primeros meses del año hemos notado esta mayor afluencia de buques que necesitan algún servicio antes o después de bordear África.

Una vez hecho balance del año 2023. ¿Qué datos y conclusiones relevantes se pueden extraer? Y ¿qué previsiones manejan para este 2024?

En 2023 volvimos a superar por 8º año consecutivo los 100 millones de toneladas de actividad, lo que nos sitúa como cuartos de Europa sólo por detrás de los tres grandes puertos del norte del continente, Rotterdam, Amberes y Hamburgo. En lo que llevamos de 2024 los tráfico están creciendo, no obstante, los acontecimientos internacionales afectan sobre manera al transporte marítimo y es difícil predecir qué ocurrirá el resto del año. Mientras tanto el Puerto de Algeciras está preparado para seguir siendo una infraestructura estratégica que contribuya a normalizar las posibles disrupciones en las cadenas logísticas, conectando de forma directa con 200 puertos y 70 países de forma directa.



Rosario Soto Rico: “Preveemos que en 2025 la primera hectárea del Muelle de Levante esté urbanizada y abierta al disfrute de toda la ciudadanía y de los turistas”



ENTREVISTA

ROSARIO SOTO RICO
PRESIDENTA DE LA
AUTORIDAD PORTUARIA
DE ALMERÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Hace pocas fechas han acudido ustedes a la feria Fruit Logística donde se han posicionado como aliado de la industria agrícola de la que Almería es líder. ¿Qué puede ofrecer el Puerto de Almería en este sentido?

El Puerto de Almería es estratégico para el comercio internacional de productos relacionados con la industria auxiliar de la agricultura como pueden ser los abonos y fertilizantes e incluso hay importantes empresas del sector, como Projar, con sede en nuestras instalaciones portuarias. Además, disponemos de las infraestructuras necesarias para la exportación de frutas y hortalizas frescas de la provincia de Almería y el fomento de la intermodalidad junto al transporte por carretera.

Contamos con una excelente conectividad gracias a los servicios feeder con los puertos de Algeciras y Valencia y tomas eléctricas para camiones y contenedores refrigerados (*reefer*), para que el transporte de productos agroalimentarios pueda mantener la cadena de frío en nuestras instalaciones.

En el Puerto de Almería disponemos también de un Puesto de Control Fronterizo, que integra los servicios de inspección fronteriza adscritos a Sanidad Exterior, Animal y Vegetal, Aduana y SOIVRE. Al estar todos concentrados en una misma área permite mayor agilidad en las labores de inspección y control oficial, así como en la propia tramitación administrativa.

El Consejo de Administración del puerto de Almería ha aprobado el Plan de Empresa del 2024 con una inversión de 57 millones de euros hasta el 2027. ¿De qué forma se va a canalizar este montante?

La inversión va destinada principalmente a potenciar el movimiento de mercancías y el tráfico de pasajeros en nuestros puertos; podemos afrontarla gracias a nuestra solvencia y rentabilidad, de hecho, somos la tercera autoridad portuaria más rentable de Andalucía y hemos incrementado en un 50% los beneficios en 2023.

Entre los grandes proyectos y sujeto a financiación europea está la ampliación del Muelle de Pechina en el Puerto de Almería, en la que la APA invertirá más de 25 millones de euros para prolongar el muelle 260 metros y ganar más de 4 hec-

táreas de superficie; el objetivo es licitar la obra en este 2024.

La APA también llevará a cabo una reestructuración viaria integral en las instalaciones portuarias y creará una nueva entrada al Puerto de Almería desde la A7/N-340, que posibilitará el movimiento de nuevos de tráfico de grandes dimensiones. El proyecto está consignado en el plan de inversiones de 2024 con un presupuesto de 1,7 millones de euros y se prevé que esté ejecutado en 2025.

En Carboneras está contemplada para este año la conexión terrestre del duque de alba con una inversión de 1,5 millones de euros y la adecuación de instalaciones, con la reposición costera y acondicionamiento del vial de acceso al puerto carbonero, por más de 2 millones. Además, en este puerto, la APA ha impulsado la construcción de un nuevo muelle con una inversión privada de más de 25 millones de euros, que construirá Explotaciones Río de Aguas, de Grupo Torralba. El proyecto se encuentra en fase de tramitación administrativa, con la previsión de que esté ejecutado en 2027.

Todos los puertos de Andalucía se han propuesto hacer

un informe del impacto socio económico que producen en la comunidad. ¿Cómo se cuantifica ese impacto en el caso del Puerto de Almería?

En la evaluación del impacto económico será cuantificado el comportamiento de un número determinado de variables económicas como empleo, gastos de personal, excedente bruto de explotación, valor añadido bruto y ventas, generados a partir de las actividades de transporte de mercancías y pasajeros correspondientes a agentes económicos que operan en el Puerto de Almería, así como también todas aquellas actividades vinculadas a sus instalaciones. Así, el estudio determinará el efecto directo, indirecto e inducido de las actividades que se desarrollan, teniendo a los puertos de la Autoridad Portuaria de Almería (Almería y Carboneras) como eje principal de las mismas.

El hecho de que se unifiquen criterios y se realice en todos los puertos de Andalucía ayudará a conocer el aporte que los distintos puertos andaluces realizan a la economía regional y, sobre todo, a poder realizar una comparación de los resultados alcanzados.

Estamos convencidos de que los resultados del estudio avalarán nuestros puertos como generadores de riqueza y motores económicos.

A nivel turístico los puertos son también puntos cruciales sobre todo en la atracción de grandes cruceros. ¿Qué previsiones hay en Almería en torno a este sector?

En la Autoridad Portuaria de Almería estamos realizando un importante esfuerzo inversor para impulsar el turismo con la transformación del frente marítimo de la ciudad de Almería a través de la integración urbana del puerto. Este mes culminaremos la reforma de la planta baja de la sede administrativa APA y la urbanización de 3.000

metros cuadrados, que nos permitirán abrir espacios extraordinarios con vistas al Cable Inglés y al Faro de Almería, que antes habían estado blindados a los ciudadanos. A esta obra le seguirá la remodelación de la fachada del edificio, que hará de él un referente arquitectónico en la ciudad, y la urbanización de otros 6.000 metros cuadrados. Con estos trabajos preveemos que en 2025 la primera hectárea del Muelle de Levante esté urbanizada y abierta al disfrute de toda la ciudadanía y de los turistas.

Estas actuaciones junto a la instalación de una pasarela para cruceristas que empezará a ejecutarse en este año 2024 y que conllevará la remodelación parcial de la Estación Marítima para canalizar este pasaje, darán un gran impulso a medio plazo al turismo de cruceros, que este año se mantendrá en línea con el ejercicio anterior.

El Puerto de Almería, junto con el de Algeciras, tienen además cada año que gestionar la Operación Paso del Estrecho. ¿Está ya en marcha la preparación de este año? ¿Qué supone para el Puerto de Almería este gran movimiento de personas?

Para la Autoridad Portuaria de Almería la Operación Paso del Estrecho representa en torno a la mitad de sus ingresos, no en vano el Puerto de Almería es el segundo del sistema portuario español en tráfico de pasajeros durante la OPE, por lo que para nosotros es esencial invertir en la mejora de servicios y potenciar el aumento de viajeros.

Ya hemos comenzado a planificar y ejecutar algunas de las inversiones que llevaremos a cabo en la Operación Paso del Estrecho de este año empezando por el posicionamiento del Puerto de Almería en el origen de viajeros, pero también para adecuar nuestras instalaciones y recursos humanos ante la gran afluencia de pasajeros que registramos entre junio y septiembre. Dicho esto, las grandes mejoras se visibilizarán en la OPE de 2025; para el próximo año nos marcamos como objetivo la reestructuración global de la operativa con la reordenación de la zona de preembarque, ampliación de los viales dentro del Puerto de Almería para ganar fluidez en el tráfico de vehículos y la disposición de nuevas instalaciones, como aproximadamente dos hectáreas de sombras recubiertas de paneles de energía solar fotovoltaica y pasarelas renovadas.

Estas actuaciones no solo serán ventajosas para los pasajeros de la OPE, sino que redundarán en beneficio de todos los viajeros que utilizan el Puerto de Almería como origen y destino y que posicionan a la APA como la séptima de las 28 autoridades portuarias en España en volumen anual de pasajeros regulares.





Teófila Martínez: “Estamos el top 5 del tráfico de cruceros a nivel nacional, con casi 700 mil pasajeros en 2023”

ENTREVISTA

TEÓFILA MARTÍNEZ
PRESIDENTA AUTORIDAD
PORTUARIA DE CÁDIZ

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Puerto de Cádiz tiene su hoja de ruta clara en cuanto a la descarbonización del transporte marítimo. ¿En qué consiste el sistema OPS que presentan ustedes en Fitur?

El proyecto puesto en marcha por Endesa X en el Puerto de Cádiz para la construcción y explotación de una Instalación OPS (On-shore Power Supply), destinada al suministro energético a buques en el muelle Alfonso XIII, en la dársena comercial de la capital, conlleva una inversión de 6,75 millones de euros por parte de Endesa y de 1,5 millones de euros por parte de la APBC en esta primera fase.

El objetivo de este proyecto, en línea con la estrategia de sostenibilidad de la APBC, es la reducción significativa de las emisiones contaminantes y la eliminación completa del ruido asociado al funcionamiento de los motores convencionales de los buques.

El sistema propuesto por Endesa X consiste en la conexión de los buques a la red eléctrica terrestre durante su estancia en puerto, de forma que los motores auxiliares que utilizan para mantener el funcionamiento de sus bombas de trasiego, sistemas de refrigeración, iluminación, equipos de emergencia, etc., puedan mantenerse apagados durante todo el tiempo que el buque permanece atracado para la carga y descarga de mercancías o personas.

¿Esta nueva tecnología será efectiva también para los cruceros? ¿Qué suponen los cruceros para la economía de Cádiz y de toda la Bahía?

Este sistema se va a poner en marcha de forma pionera en España precisamente con los cruceros. El Puerto de Cádiz va a ser, en el último trimestre de este año, el primero de España en facilitar este servicio a los buques de cruceros. Nuestro objetivo es ampliarlo a todos los buques, no sólo cruceros.

El impacto de este tráfico en concreto en la economía del entorno es muy significativo. En 2023 alcanzamos una nueva marca histórica, con 347 escalas y 679.541 pasajeros. Según el último estudio realizado por la Junta de Andalucía sobre el turismo de cruceros en la región, el gasto medio por crucerista y día en puerto de escala se establece en 40,6 euros, por lo que estaríamos hablando de un impacto de unos 28 millones de euros, sin contar con los tripulantes.

“El sistema propuesto por Endesa X consiste en la conexión de los buques a la red eléctrica terrestre durante su estancia en puerto, de forma que los motores auxiliares puedan mantenerse apagados”

Su ubicación y las conexiones y las infraestructuras de los que dispone Bahía de Cádiz ¿son las adecuadas para convertirse en esa plataforma logística de referencia del sur de Europa, como ustedes pretenden?

Entendemos que sí y por eso estamos trabajando en mejorar cada día nuestra infraestructuras y servicios. Como sabéis,



además de una ubicación inmejorable en el Estrecho de Gibraltar, la mayor ruta marítima del mundo, el Puerto de la Bahía de Cádiz cuenta con cinco dársenas en tres municipios diferentes: Cádiz, Puerto Real y El Puerto de Santa María. Ha aprovechado esta dispersión geográfica para diversificar su actividad y especializar las dársenas por tráfico, convirtiéndose en un puerto polivalente. En total, 4,2 millones de m2 de espacio de dominio público que generan 11.000 empleos.

El puerto gaditano mueve al año 5,7 millones de toneladas de mercancías. Entre sus fortalezas destaca su ubicación geoestratégica, y también la disponibilidad de espacio para actividad logística y una excelente conectividad, tanto viaria como ferroviaria y marítima. Cuenta con muelles para desarrollar cualquier tipo de actividad, dispone de unos servicios portuarios competitivos, una importante industria naval y off shore y una comunidad portuaria y un entorno institucional comprometido y dinámico. Ofrece también un atractivo turístico singular que le ha permitido posicionarse en el top 5 del tráfico de cruceros a nivel nacional, con casi 700 mil pasajeros en 2023.

Entre sus apuestas estratégicas destacan la sostenibilidad ambiental, la innovación y digitalización, además de seguir invir-

tiendo en infraestructuras portuarias y conectividad. La potenciación del tráfico de contenedores con una nueva terminal es la piedra angular sobre la que pilota el resto de actuaciones.

Entre un año y medio y tres años estaremos conectados con tres zonas logísticas importantes a través de ferrocarril directamente desde nuestros muelles.

Una de sus reivindicaciones, en este sentido, es la puesta en marcha de la conexión ferroviaria por la Ruta de la Plata.

Entendemos que la intercomunicación de los distintos puertos del arco atlántico de la península solamente se logrará con la reactivación de esta arteria, que cosería toda la red del Corredor Atlántico y permitiría el flujo de mercancías entre Europa y los continentes africano y americano.

El Puerto de Cádiz creció el año pasado, por octavo año consecutivo, en tráfico portuario. ¿Cuáles son sus previsiones para este 2024?

Este año esperamos consolidar ese crecimiento en un panorama internacional en el que por múltiples motivos el movimiento de tráfico portuario se ha visto frenado. Confiamos en mantener las cifras positivas y trabajamos para incrementar nuestras cifras de negocio.





ENTREVISTA

ALBERTO SANTANA
PRESIDENTE DE LA
AUTORIDAD PORTUARIA
DE HUELVA

Alberto Santana: “El futuro del Puerto de Huelva está determinado por su papel como clúster energético e industrial”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Dentro de un par de meses se cumplirá un año en el que está usted al frente del Puerto de Huelva. ¿Qué balance puede hacer? Y ¿en qué ha cambiado la gestión con su llegada a la presidencia?

El balance es muy positivo. Cuando llegué al Puerto de Huelva me planteé el reto de continuar trabajando para acercar el Puerto a la ciudad, en la misma línea que mi predecesora, la actual alcaldesa de Huelva, Pilar Miranda, con el fin de que Huelva y la provincia se sientan partícipes del crecimiento del Puerto de Huelva y de su aportación al desarrollo económico y social de nuestra provincia y región.

En este sentido, disponemos de una línea de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para apoyar proyectos sociales, deportivos y culturales a través de la Convocatoria Puerto-Ciudad con la que hemos respaldado 157 proyectos en el año 2023. Esta convocatoria ya está abierta de nuevo desde finales del mes de febrero para respaldar proyectos en distintos ámbitos. Asimismo, contamos con una línea de patrocinios. El propósito final trata de lograr una efectiva y real integración del Puerto en su entorno ciudadano, atendiendo a instituciones sin ánimo de lucro que trabajan en pro de la sociedad y solicitan apoyo para proyectos de actividades en los citados ámbitos deportivo-social o cultural-educativo.

En la apuesta por acercar el Puerto a la ciudad, también he continuado impulsando la remodelación del frente portuario desde el Monumento a Colón en la Punta del Sebo hasta la Ciudad del Marisco. En este ámbito, seguimos avanzando en nuestro proyecto estrella, que es la remodelación del Muelle de Levante.

Por otro lado, me comprometí a impulsar el negocio portuario con la puesta en marcha de proyectos, que potencien la competitividad de nuestras infraestructuras y servicios para atraer la implantación de nuevas navieras y actividades, que a su vez contribuyan a aumentar el tráfico portuario y nuestra cifra de negocio.

También nos hemos propuesto, como clúster energético, convertir al Puerto de Huelva en un hub de hidrógeno verde y otras energías limpias. De hecho, el Puerto de Huelva reúne las condiciones y los proyectos para constituir un clúster energético tanto para los combustibles



tradicionales como para los nuevos combustibles. Actualmente somos ya un hub líder en transición energética con proyectos de hidrógeno verde y biocombustibles. En este sentido hay que destacar la puesta en marcha de grandes proyectos para producir nuevos combustibles más respetuosos con el medio ambiente de manos de grandes compañías del sector de los hidrocarburos y navieras.

En aquel momento se hablaba de iniciar un camino de colaboración más estrecha con el Ayuntamiento para que el Puerto se integrase en la ciudad y se establecieran sinergias. ¿Cómo se ha avanzado en este sentido?

Así ha sido, hemos creado con el Ayuntamiento de Huelva una comisión permanente destinada a trabajar de forma conjunta en la ejecución de proyectos esenciales

para continuar acercando el puerto a la ciudad, y contribuir al desarrollo económico de Huelva a través del impulso de la remodelación del Muelle de Levante, que marcará un hito en la relación puerto-ciudad, además de convertirse en un motor tractor de nuevas inversiones. Asimismo, otro activo importante para la ciudad será la Zona de Actividades Logísticas en la Punta del Sebo, donde se asentarán actividades que generen valor añadido y los proyectos relacionados con el Hidrógeno Verde.

Esta comisión va a ser el foro de debate para que los técnicos municipales y del Puerto puedan definir conjuntamente el contenido del plan especial que afecte al proyecto del Muelle de Levante, que se llevará a cabo por parte de la Autoridad Portuaria, con las propuestas urbanísticas de la ciudad, diseñadas por el Ayuntamiento.

En los últimos años en el ámbito de la integración puerto-ciudad, hemos destinado una inversión superior a 26 millones de euros.

Huelva avanza para poder posicionarse como el centro neurálgico del hidrógeno verde. En este camino es determinante la apuesta del puerto en la transición energética.

Efectivamente. El futuro del Puerto de Huelva está determinado por su papel como clúster energético e industrial, enfocado a la transición de la potente industria energética de su entorno portuario y el impulso de la descarbonización portuaria a todos los niveles, como se recoge en nuestra nueva hoja de ruta, marcada por el *Plan Estratégico 2023-2030 con visión a 2050*. En este plan el primer eje se centra en potenciar la industria con actividad en el puerto, con objetivos operativos destinados a favorecer su ampliación hacia proyectos de energías limpias, además de captar nuevas implantaciones industriales para atraer tráfico portuario.

Junto con las empresas de la comunidad portuaria estamos preparados para ser un hub de referencia en la producción de energías limpias, que contribuyan a la reducción de emisiones de dióxido de carbono y a aumentar la independencia energética de España y Europa, además de contribuir al crecimiento económico de Andalucía. El desarrollo y el peso actual de la industria energética de Huelva y los proyectos que se van

a desarrollar en torno a los nuevos combustibles limpios, nos posicionan en las estrategias nacionales de mayor relevancia para la descarbonización, como la del hidrógeno verde, la energía fotovoltaica, el metanol y el amoníaco verdes, entre otros, que complementen el uso de otras energías.

De hecho, el Puerto de Huelva acogerá numerosos proyectos relacionados con las energías limpias, promovidos por empresas de la comunidad portuaria, que contribuirán a cumplir con los objetivos de la Unión Europea para el año 2050 en materia de descarbonización. Estos proyectos impulsarán también el desarrollo económico de Huelva y su entorno, con la generación de nuevas actividades, riqueza y miles de empleo.

Acaban ustedes de dar a conocer los datos del 2023. ¿Qué destacarían de ellos? Y ¿qué proyectos podremos ver materializados en este 2024?

Destacar que el Puerto de Huelva ha batido récord en el año 2023 en la otorgación de concesiones y autorizaciones de espacio público portuario, tras alcanzar la cifra de 4,1 millones de metros cuadrados, distribuidos entre 300 empresas titulares de las mismas.

En estas adjudicaciones se encuentra la puesta en marcha de nuevos proyectos relacionados con las energías limpias, que contribuirán a nuestros objetivos de descarbonización, además de generar riqueza y empleo.

El Puerto de Huelva en la sesión del día 14 de diciembre de 2023 del Consejo de Administración aprobó el Plan de Empresa de 2024. Este plan recoge un presupuesto de inversiones para el periodo 2023-2027 de 328 millones de euros y en concreto para el ejercicio 2024 de 52,1 millones de euros. Durante este ejercicio, entre las actuaciones más destacadas en materia de obras se encuentran la construcción de un muelle destinado a terminal de graneles líquidos al sur del Muelle Ingeniero Juan Gonzalo, que dispone de un presupuesto de 261.300 euros para la redacción del proyecto. Debido a la alta demanda de estos tráficos se pretende crear una nueva terminal de graneles líquidos que cubra las necesidades actuales y futuras. De hecho, el Puerto de Huelva es el tercer puerto del sistema portuario español en graneles líquidos.

En relación a las actuaciones Puerto-ciudad, continúa ejecutándose la rehabilitación del muelle de Tharsis, antiguo cargadero de mineral. Si bien, el gran proyecto que constituirá

un revulsivo turístico y urbanístico en el acercamiento del Puerto a la ciudad será la remodelación del Muelle de Levante, un proyecto que comenzará con el soterramiento de parte de la Avenida de Hispanoamérica.





Carlos Rubio: “Málaga: el modelo de integración puerto-ciudad”

ENTREVISTA

CARLOS RUBIO
PRESIDENTE DE LA AUTORIDAD
PORTUARIA DE MÁLAGA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Los Puertos están viéndose afectados por el contexto internacional tan complicado que estamos viviendo. A pesar de eso el Puerto de Málaga ha conseguido cerrar el pasado ejercicio con beneficios. ¿Cómo valoraría la situación actual del puerto que usted preside?

Es cierto que el contexto geopolítico internacional ha tenido una enorme influencia sobre el transporte marítimo en estos últimos años y, en consecuencia, en la actividad general de los puertos.

Pensemos, por ejemplo, en la crisis del Mar Rojo. Los ataques a buques mercantes han obligado a modificar las rutas marítimas que habitualmente utilizan el Canal de Suez. La invasión rusa de Ucrania, es otra de las situaciones que han afectado profundamente a las exportaciones de los dos mayores productores de cereal a nivel mundial.

Como es lógico, el Puerto de Málaga ha sufrido estas circunstancias y, por ello, las importaciones de cereales han experimentado grandes oscilaciones a lo largo de 2023. Pese



a todo, la gran diversificación en cuanto a tráficos portuarios y fuentes de ingresos en nuestro recinto han permitido compensar las áreas con una actividad más reducida, tales como los contenedores, con otras que han presentado crecimientos importantes, como la importación de vehículos o los cruceros.

El tráfico de pasajeros en los tránsitos regulares o a través de los grandes cruceros convierten al Puerto de Málaga en líder en Andalucía. ¿De qué manera se trabaja en el refuerzo de estas líneas de negocio?

Desde hace unos años, los puertos de Málaga y Cádiz lideran el crecimiento de la actividad crucerista en Andalucía.

En cuanto al año 2023, Málaga volvió a superar 500.000 pasajeros, con una tendencia al crecimiento centrada sobre todo en el turismo premium y de lujo.

En este sentido, el trabajo comercial va encaminado sobre todo a reforzar esa tendencia, así como a potenciar el papel de Málaga como puerto base para rutas tanto en el Mediterráneo occidental como en las islas atlánticas.

Varios puertos andaluces están trabajando para conseguir la integración del su puerto con la ciudad y se fijan en el modelo de Málaga. ¿Cuál ha sido su secreto para conseguir este reto?

Málaga empezó hace muchos años a tra-

bajar en el diseño de la integración del puerto en la ciudad. En aquel momento existía una percepción generalizada de que la valla que separaba los muelles del resto de la ciudad debía ser eliminada en base a un proyecto de amplios consensos.

Y así fue: las negociaciones entre la Autoridad Portuaria y el Ayuntamiento de la capital fueron largas y difíciles, pero el resultado es indudablemente un modelo de éxito.

La cara B de este asunto son las molestias que la actividad portuaria puede causar a los vecinos de Málaga. ¿De qué forma se controla que el ruido normal del puerto no afecte al bienestar de la ciudad?

Creo que en este aspecto se ha avanzado muchísimo y las posibles molestias que pudieran generar las actividades portuarias en los vecinos de Málaga son mínimas en la actualidad.

Hay que tener en cuenta que los movimientos de mercancías se realizan en muelles que están más alejados del entorno urbano, quedando los más próximos reservados para el ámbito portuario-ciudadano o para las líneas regulares que solo operan en horario diurno.

“En cruceros Málaga volvió a superar 500.000 pasajeros, con una tendencia al crecimiento centrada sobre todo en el turismo premium y de lujo”

Cuando hablamos de puertos hay dos conceptos fundamentales, la sostenibilidad de la mano de combustibles menos contaminantes, y la innovación para conseguir sistemas más eficientes. ¿En qué punto está el Puerto de Málaga en estos dos aspectos?

Los puertos en general y el Puerto de Málaga en particular llevamos años trabajando en diversas alternativas que nos hagan más sostenibles desde una perspectiva medioambiental.

Ya en el año 2019, aprobamos en Málaga la iniciativa Puerto Verde que, desde entonces, ha permitido que la totalidad de la energía consumida en el recinto portuario provenga de fuentes renovables, y un porcentaje significativo de ella es de paneles solares instalados en diversos edificios portuarios.

Paralelamente, se está trabajando en el uso de combustibles menos contaminantes para el tráfico marítimo aunque, como es obvio, en este caso la tarea principal corresponde a las compañías navieras.

En todo caso, el suministro de GNL a buques que utilizan este tipo de combustible está plenamente operativo en nuestro puerto, y son numerosas las operaciones llevadas a cabo hasta la fecha.

Por otro lado, grandes compañías como Maersk o MSC trabajan en alternativas cero emisiones, como el amoniaco o el biometano. Es de esperar que en lo próximos años veamos grandes avances en este tema.



José García Fuentes: “El Puerto de Motril, con un 18,6%, ha sido el que más crecimiento porcentual ha registrado al cierre del año pasado”



ENTREVISTA

JOSÉ GARCÍA FUENTES
PRESIDENTE AUTORIDAD
PORTUARIA DE MOTRIL

Fruto del diálogo y la colaboración constante de la Autoridad Portuaria de Motril con las instituciones y entidades de la provincia y de la ciudad de Granada, surge la oportunidad de contribuir a mejorar la sostenibilidad turística del destino Granada aprovechando las particularidades que ofrece el tu-

rismo de cruceros que hace escala en el Puerto de Motril.

A esto se une la construcción de la zona náutico-deportiva y recreativa a la empresa Marina Motril. ¿Qué va a suponer esta infraestructura para el puerto y toda su zona de influencia?

Hablamos de la ejecución del MásterPlan-Motril Puerto Abierto cuyo objetivo es la optimización y separación de los espacios portuarios según sus usos. A su conclusión quedarán tres dársenas, una exclusiva para el tráfico de mercancías, alejada de los núcleos poblacionales; y otra central, destinada al tráfico de pasajeros, tanto de líneas regulares de Ferry en Costa y Levante, además de incorporar dos nuevos atraques ro-ro, así como de turismo de cruceros en el muelle de graneles.

Y la nueva dársena deportiva y pesquera, que se incorpora, junto a toda la fachada marítima perimetral del puerto en su contacto con los núcleos urbanos hasta la Playa del Cable, que quedará abierta a la ciudad y, por tanto, transitable, fuera del recinto aduanero e integrada en la trama urbana de la ciudad. Esta última, albergará los usos deportivos, con 487 amarres y zonas de servicios, varadero..., y el uso pesquero, con suficientes atraques, nuevas instalaciones, lonja, zona de rederos, restauración y centro de interpretación, entre otros.

El proyecto pretende actuar sobre una superficie aproximada de 412.000 metros cuadrados y en el que se va a realizar un inversión público-privada de 38 millones de euros.

Han acudido ustedes a Berlín para mostrar el potencial logístico del puerto en cuanto al tráfico de productos perecederos como los que se producen en toda la Costa Tropical granadina.

El Puerto de Motril ha presentado en la feria de Berlín su potencial logístico al servicio del sector hortofrutícola basado en el transporte marítimo, más sostenible con la reducción de la huella de carbono y en consonancia con las exigencias de la Unión Europea, para así incrementar la competitividad de sus productos.

La misión de la institución a la que represento apoyar y colaborar con los agricultores de la Costa Tropical y la provincia de Granada en la producción, venta y exportación de sus productos a Europa. La feria de Berlín ha servido también para conocer las necesidades logísticas de los operadores del transporte internacional, tanto marítimos como terrestres, y aportar soluciones para conseguir una mayor rentabilidad a sus operaciones de importación y exportación.

Por otra parte, hemos promocionado las futuras instalaciones de frío que el Puerto de Motril proyecta construir, así como la ampliación del Punto de Control Fronterizo y su adaptación para la entrada de productos de origen animal. También hemos puesto en valor los terrenos que aún quedan por concesionar en los más de 350.000 metros cuadrados de la Zona de Actividades Logísticas (ZAL).

La agricultura sigue jugando un papel muy importante en Motril y en toda la comarca de la Costa Tropical, puesto que se trata de uno de los sectores productivos y económicos más estables.

Los datos dicen que en 2023 el Puerto de Motril fue el puerto que más creció en tráfico de mercancías de todo el sistema portuario español. ¿A qué se deben estos resultados?

El Puerto de Motril, con un 18,6%, ha sido el que más crecimiento porcentual ha registrado al cierre del año pasado de los 46 de interés general que gestionan las 28 autoridades portuarias españolas. El segundo y tercer lugar lo ocupan Santa Cruz de Tenerife (10,2%) y Tarragona (10,1%).

La mayor subida ha correspondido a la mercancía general, siendo el cuarto que más crece, y en particular el tráfico Ro-Ro gracias a la conexión marítima de la naviera Balearia con Tánger-Med, que ha transportado en un año 476.419 toneladas. Esta nueva conexión marítima representa más del 17% del tráfico total del Puerto de Motril y ha venido a ampliar la oferta para las empresas que exportan o importan.

“Nuestra misión es apoyar y colaborar con los agricultores de la Costa Tropical y la provincia de Granada en la producción, venta y exportación de sus productos a Europa”

Claves como seguridad y confianza de nuestros clientes hacia el Puerto de Motril han conseguido que esta línea marítima sea, un año después de su puesta en funcionamiento, una oportunidad única para la logística con el norte de África y con Marruecos, motor en materia de desarrollo logístico y económico para su propio territorio y Europa.

El cierre definitivo de 2023 se consolida también gracias al mantenimiento de los graneles líquidos y sólidos, como las cargas de proyecto. Cada año se exportan por el Puerto de Motril más de un millar de palas para aerogeneradores, en parte gracias a las buenas comunicaciones por carretera, a través de las autovías del Mediterráneo y Bailén-Motril, y las conexiones marítimas.

El inicio de este año ha seguido la estela del 2023, donde el Puerto de Motril ha vuelto a situarse en enero a la cabeza del sistema con un crecimiento porcentual del 66%, veintitrés puntos más respecto al segundo puerto.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Con el nombre de “Motril el Puerto de la Alhambra” han puesto en marcha ustedes una campaña que pretende atraer al turismo a través del puerto. ¿Qué resultados y qué previsiones tienen en torno al turismo de cruceros?

El Puerto de Motril, dentro del objetivo de desarrollar y fortalecer la relación del puerto con su entorno, pone en marcha este proyecto como una medida fundamental para contribuir al desarrollo económico de su área de influencia y potenciar el eje Motril-Granada como destino de cruceros, con la configuración de una alianza institucional con todas las entidades y el tejido socio económico turístico de la provincia de Granada.





ENTREVISTA

RAFAEL CARMONA
PRESIDENTE DE LA
AUTORIDAD PORTUARIA
DE SEVILLA

Rafael Carmona: “Conseguimos dar una segunda vida a los sedimentos a través de la Economía Circular”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Se acaba de publicar el pliego de bases del concurso público para el otorgamiento de una concesión administrativa de un quiosco que ocupará una parte del Muelle Camaronero. ¿Qué significa esto para la aspiración de integración total del Puerto con la ciudad de Sevilla?

Sevilla ha vivido su historia a través del río y la actividad del puerto ha formado siempre parte del entramado de la ciudad. Ahora, con el traslado de esa actividad hacia al sur con modernos muelles y desarrollos portuarios, creamos nuevas áreas de oportunidades para acercar la dársena al ciudadano y reforzar, como suelo denominarla, esa relación amorosa entre el puerto y la ciudad.

El futuro quiosco del Muelle Camaronero, en una ubicación privilegiada frente a la Torre del Oro, supone un importante hito dentro del conjunto de actuaciones que promovemos para hacer ciudad y transformar los espacios portuarios en nuevas zonas de disfrute. El Muelle de Nueva York o el de las Delicias son hoy en día ámbitos ya consolidados. Mientras, avanzamos con iniciativas como Jardín de las Cigarreras o el Distrito Urbano Portuario que aspira a convertirse en un nuevo atractivo de la ciudad, un barrio inclusivo, sostenible, conectado y con mucha identidad portuaria.

Uno de los grandes proyectos ya anunciado es la creación de una marina para que embarcaciones recreativas y megayates que puedan hibernar en el Puerto de Sevilla. ¿Qué pasos se están dando para que pueda ser una realidad?

En ese sentido, estamos manteniendo encuentros con el sector y, al mismo tiempo, progresamos en la adecuación de nuestras instalaciones según las necesidades del negocio. Un ejemplo de ello es la

reciente licitación lanzada para la redacción del proyecto de adaptación del Muelle de las Delicias a los nuevos usos.

A lo largo de los más de 600 metros de atraque, este muelle construido a principios del siglo XX para el movimiento de mercancías se ha transformado en un área puerto-ciudad en la que convive el atraque de cruceros de alta gama con una amplia oferta de ocio y restauración. Hoy, trabajamos para trasladar la terminal de cruceros al sur, en lo que será el nuevo Distrito Urbano Portuario, y acondicionar la zona para el atraque de yates y megayates.

La llegada de yates y megayates está al alza en el puerto sevillano, de hecho, para la semana de feria esperamos plena ocupación en el Muelle de las Delicias.

Ahora mismo el atraque de cruceros de gama alta en Sevilla ha aumentado significativamente. ¿Qué supone ahora mismo para el Puerto el tráfico relacionado con el turismo de cruceros?

Según los últimos datos, el turismo de cruceros ha alcanzado niveles prepandemia en el último año, con 75 escalas y más de 21.000 cruceristas. Además, el atraque de cruceros de alta gama ha crecido en torno a un 30 % si comparamos la actividad del pasado año con 2019.

El tráfico de cruceros es significativo para el Puerto de Sevilla y presenta una evolución prometedora fruto de nuestra ubicación estratégica. Ofrecemos un punto de atraque en pleno corazón de Sevilla. Por nuestra condición de puerto marítimo de interior, los cruceristas pueden desembarcar en el centro de la ciudad a escasos metros del área histórica y muy cerca de los monumentos más emblemáticos como la Torre del Oro, el Real Alcázar y la Catedral.

Además, la navegación por el Guadalquivir, a lo largo del estua-



rio, pasando por Chipiona, Sanlúcar de Barrameda, Doñana, arrozales y marismas, municipios ribereños... hasta llegar a la esclusa supone un gran atractivo para el pasaje.

Sin embargo, a nivel de negocio el tráfico de mercancías destaca por encima de los cruceros, en especial, las mercancías del sector agroalimentario por nuestra ubicación en el Valle del Guadalquivir; siderúrgico, ya que abastecemos a dos plantas, una en Alcalá de Guadaíra y otra en Jerez de los Caballeros; o el movimiento de contenedores a través de la conexión marítima con las Islas Canarias y los enlaces ferroviarios con el interior de la península. Asimismo, tienen un peso importante en nuestra actividad las empresas radicadas en el puerto que aportan valor añadido al territorio. Logísticas, industrias, ingenierías... han apostado por establecerse en dominio público portuario por su proximidad a los mercados y al cliente final, la accesibilidad marítima y terrestre y por la oferta multimodal.

Como único puerto marítimo de interior en España, ¿Qué puede ofrecer el Puerto de Sevilla como nodo logístico?

Como ha apuntado, somos un puerto singular en España, el único marítimo de interior. Sin embargo, a nivel europeo, esto es algo habitual. Así ocurre en Hamburgo, Amberes y Róterdam.

Nuestra situación estratégica a 90 kilómetros de la costa en una de las principales áreas del sur peninsular, con más de un millón y

medio de habitantes en el entorno, nos hace completamente multimodales con acceso marítimo gracias a la Eurovía del Guadalquivir.

Además, estamos totalmente integrados en la Red Transeuropea de Transportes. Somos nodo principal de la red básica (Core Network) y formamos parte de los corredores Mediterráneo y Atlántico.

A nivel logístico, el Puerto de Sevilla reúne todos los condicionantes de una plataforma logística multimodal. Primero, por la ubicación, no sólo desde el punto de vista geográfico, sino también por su cercanía al cliente final de cara a la distribución. Segundo, por la fuerte apuesta de la iniciativa privada para el desarrollo de las zonas logísticas y, por último, por la alta disponibilidad de suelo adyacente a las infraestructuras marítimas y ferroviarias.

En concreto, contamos con una amplia superficie (850 ha), bien conectada y próxima al centro de la ciudad; lo que nos posiciona como un escenario ideal para la instalación de empresas, la creación de empleo y la generación de riqueza para el territorio. En este sentido, para aportar valor al entorno fundamentamos nuestra estrategia en el desarrollo de la actividad comercial, logística e industrial, por encima de la mera captación e intercambio de tráfico. Buscamos sinergias con el tejido productivo para contribuir a la generación de carga.

Referente al tema de la sostenibilidad llama la atención el convenio suscrito por el Puerto

con el fin de aprovechar los sedimentos del Guadalquivir para la fabricación de ladrillos.

Somos un puerto y como tal, nuestro objetivo es facilitar el acceso marítimo de los buques hasta los muelles; pero los trabajos para mantener la canal de navegación a través de los dragados periódicos pueden aportar mucho al entorno. En esa línea avanzamos, en base al modelo ‘Trabajar con la Naturaleza’ promovido por PIANC, la Asociación Mundial de Infraestructuras de la Navegación.

En concreto, la actuación que cita -el uso de sedimentos para la industria cerámica- forma parte de una de las soluciones propuestas en el Proyecto de Optimización de la Navegación para la gestión sostenible de los sedimentos de los dragados. En base a los principios de Economía Circular, queremos darle una segunda vida a este material y revalorizarlo.

Para ello, hemos establecidos varias líneas de actuación que van desde la regeneración del litoral de Doñana con las arenas; el uso de sedimentos para la transformación en productos innovadores con base cerámica; su utilización para obra civil o para mejorar terrenos agrícolas; hasta la creación de humedales junto al CSIC para favorecer la cría y reproducción de las aves del estuario.

Conciliamos el desarrollo económico con la mejora del medio ambiente y avanzamos en beneficio mutuo entre el puerto y el entorno natural.



ENTREVISTA

LUIS ALMAGRO
JEFE DE PROYECTOS
COASA NAVAL

Luis Almagro: “Nos hemos centrado exclusivamente en el sector naval, lo que nos hace únicos”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo ha logrado Coasa Naval posicionarse como líder en el sector naval de la Bahía de Cádiz? ¿Cuáles considera que son sus principales fortalezas competitivas?

En primer lugar, deberíamos destacar, sobre todo, la experiencia, llevamos trabajando desde principios de la década de los 90, cuando se fundó la empresa. Durante muchos años hemos ido marcando la diferencia con otras empresas, en experiencia, en buenos profesionales, en competitividad ante los principales clientes que nos contratan principalmente Navantia, convirtiéndose en nuestro mayor cliente, aunque no el único.

No solamente trabajamos aquí en Navantia Cádiz, sino también en Puerto Real, incluso hemos realizado trabajos en Rota, en la base militar, en algunas ocasiones también en los astilleros de Ferrol y Cartagena. En definitiva, nuestra fortaleza se debe a los profesionales que tenemos y que nos hemos centrado principalmente en el sector naval, lo que nos hace únicos.

¿En qué situación se encuentra actualmente el sector? ¿Están aconteciendo tiempos positivos?

Sí, sobre todo en reparación de buques. Es cierto que en construcción estamos, sobre todo el astillero de Puerto Real que se dedica a la construcción, en horas bajas. Hay algunos proyectos que se van a empezar ahora tanto en Bazán, que también es de construcción, como en Puerto Real, pero no para construir grandes buques. Hace unos años se contrató al astillero para realizar una serie de barcos de gran tonelaje y todo salió muy bien, pero desde entonces no ha habido ninguna naviera que haya realizado otro encargo de tales dimensiones y es una pena, porque estamos hablando de uno de los diques más grandes de Europa y verlo vacío causa tristeza, mas sabiendo que la provincia lo necesita.

Por lo tanto, en cuestión de reparación, desde hace unos años se empezó con la reparación de los cruceros y nos hemos colocado a nivel mundial entre los astilleros más competentes en dichos trabajos. Empezamos con la potente Royal Caribbean y poco a poco



fueron confiando otros grandes del sector, como Carnival o Marella, que apuestan y traen sus barcos aquí para que los reparamos en el astillero de Cádiz capital. Por dos motivos principalmente, la competitividad, se realizan los trabajos muy rápidos y con una calidad excelente, y también, el clima o que el astillero esté dentro de la ciudad, eso

hace que seamos un reclamo para dichas reparaciones, incluso para los trabajadores.

Una de las principales diferencias que tiene la empresa es su plantilla de trabajadores. ¿Cómo fomentan el desarrollo de del talento, en definitiva, la formación profesional de sus empleados en la Bahía de Cádiz?

Internamente realizamos cursos de homologación para nuestros trabajadores, la experiencia de cada día en la empresa facilita que los empleados vayan realizando su función mucho mejor, barco a barco, pero es cierto que nos encontramos con algunos problemas, sobre todo en los picos elevados de contratación, porque nos es difícil hallar personal cualificado. Pensamos que la solución debe de venir de las autoridades competentes, fomentando la creación de cursos de aprendizaje en las diferentes ramas del sector. Debe de ser una inversión por y para la ciudad y su tasa de paro, de las más altas del país.

Esta problemática debe tratarse desde las administraciones, ya que nosotros sí contamos con posibilidades de contratación, de acceso al mercado laboral, que podemos contribuir al descenso del paro de la zona, y por lo tanto se debería de invertir en facilitar que la gente se forme, ayudando así al acceso a los puestos de trabajo de las empresas de la zona.

“Somos una empresa muy seria, sobre todo muy efectiva”

Asimismo, por otra parte, imagino que están comprometidos con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente en sus operaciones y actividades navales.

Efectivamente, dentro de la empresa tenemos una sección que se dedica a ello, con sus correspondientes técnicos y que cuidan de la sostenibilidad y la protección del medio ambiente, y por supuesto estamos completamente comprometidos con ello.

Pertenece al sector marítimo, por lo tanto, el mar es nuestro principal aliado, y estamos 100% volcados en su cuidado.

Para concluir, ¿cuáles son sus planes de futuro? ¿Cuáles van a ser las líneas de trabajo a seguir de cara a los próximos meses y años?

Esa es una de las acciones que yo desempeño dentro de la empresa, me dedico a buscar clientes, además de cuidar a los que ya tenemos, como Navantia, pero es verdad que estamos abriendo el abanico de posibilidades de contratación en otros lugares.

Hemos empezado con algunas obras civiles, teniendo unos resultados extraordinarios, porque también tenemos una sección dentro de la empresa dedicada a la mecánica en general, y donde poco a poco, estamos entrando en sectores, como las eólicas, las solares o las térmicas. Estamos también intentado establecer cooperación con los astilleros privados españoles para ofrecerles a nuestros profesionales porque también nos consta que tienen problemas de encontrar personal cualificado.

Y en ello estamos, intentando buscar ampliar negocio, ofreciendo nuestros servicios, nuestra calidad. Somos una empresa muy seria, sobre todo muy reconocida, donde el factor humano es nuestra gran baza, por lo que esperamos conseguir grandes avances muy pronto.



ENTREVISTA

JOSÉ MANUEL ROMERO
BRANCH MANAGER
EN SEVILLA DE DSV
TRANSPORTES
Y LOGÍSTICA
INTERNACIONAL



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es el alcance y la cobertura geográfica de DSV en términos de servicios de transporte y logística?

La cobertura es mundial. Estamos presentes, directamente como DSV, en más de 80 países con aproximadamente 75000 empleados. Todos los DSVs tienen el mismo propietario (DSV A/S)

¿Qué representa Andalucía para DSV?

Andalucía ha sido una apuesta firme para DSV desde siempre. Tenemos una delegación muy dinámica en continuo crecimiento. Ofrecemos a las empresas andaluzas todo el potencial mundial de DSV para que puedan traer o llevar sus productos a cualquier parte.

Concretamente, ¿qué servicios de transporte y logística ofrece la empresa a sus clientes?

Podemos realizar todo tipo de transportes y logística (aéreo, marítimo, terrestre, FFCC, courier, almacenaje, etc.). Desde el pequeño paquete, hasta el proyecto más grande. Disponemos de departamentos verticales especializados: Aerospace, Defensa, Automotive, Healthcare, Perecederos...)

¿Cómo se están incorporando las últimas tendencias tecnológicas, como la inteligencia artificial, el big data o la automatización, en los procesos de la empresa?

DSV está en la vanguardia tecnológica. Aplicamos IA, Big Data y automatización en todos los procesos, pero sin olvidar el trato personalizado y la cercanía con el cliente. Nos gusta que el cliente vea en nosotros confianza y soluciones adaptadas a sus necesidades.

Y, por otra parte, ¿cómo contribuye DSV a la reducción de su impacto ambiental y al fomento de prácticas éticas en el sector logístico?

Para DSV, la sostenibilidad es uno de sus valores. La mantenemos en toda la cadena de suministro. Ayudamos a nuestros clientes a reducir la Huella de Carbono con nuestras soluciones Green Logistics. Podemos emitir informes de todos nuestros servicios basados en estándares internacionalmente reconocidos. La integridad y la ética de DSV en sus operaciones es una máxima de cumplimiento. Todo esto se traslada a empleados y proveedores. Nuestra agenda DSV para 2050 es "net zero" emisiones.



Para DSV, la sostenibilidad es uno de sus valores. La mantenemos en toda la cadena de suministro

¿Qué oportunidades identifica la empresa para seguir creciendo y mejorando su posición en el mercado logístico español?

Es conocido por todos la capacidad de crecimiento de DSV. Cada vez tenemos mayor cuota de mercado. Nuestra eficiencia y competitividad no da lugar a dudas y es la base de nuestro desarrollo. Además, corporativamente, siempre estamos buscando empresas que complementen DSV para realizar fusiones y/o adquisiciones. España es una apuesta directa y segura de crecimiento para DSV.

¿Podría comentarnos algún proyecto relevante sobre el que estén trabajando?

Tenemos infinidad de proyectos importantes en DSV; por nombrar uno de los más importantes, el grupo DSV ha creado una joint-venture de \$ 10 billones con NEOM, el megaproyecto del Reino de Arabia Saudí, que va a suponer un antes y un después en el futuro de los negocios, la habitabilidad y la sostenibilidad en el mundo.

A nivel local, hemos lanzado recientemente un proyecto en primera línea aeroportuaria en España para el transporte aéreo a temperatura controlada para el sector Sanitario. Acabamos de abrir oficinas DSV en Andorra y este año inauguramos un almacén robotizado DSV Fulfilment Factory para e-commerce en zona Centro.

A nivel terrestre acabamos de incorporar 160 semirremolques a nuestra flota local que alcanza las 630 unidades matriculadas en España e inauguramos próximamente un corredor verde de transporte desde zona este a Europa central que combina camiones eléctricos en España, autopista ferroviaria y entregas con combustible HVO última milla.

José Manuel Romero:
"España es una apuesta directa y segura de crecimiento para DSV"



Mercedes Valdivia: “Buscamos siempre el beneficio de la ciudad y del Puerto de Sevilla”

ENTREVISTA

MERCEDES VALDIVIA
PRESIDENTA PROPELLER CLUB
DE SEVILLA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es la misión de Propeller Club Sevilla y cuáles son sus principales objetivos?

Propeller forma parte de una red internacional de clubes dedicada a la promoción de la industria marítima y el comercio internacional. Se fundó en Nueva York en 1927 tras la recesión económica. Es en 1945, después de la II Guerra Mundial, cuando Propeller se había reforzado con más de 13.000 socios en Estados Unidos, y hoy tenemos presencia en 45 países. Promovemos la industria marítima a través de muchos programas, así como en otras organizaciones.

Nuestro objetivo es educar a los legisladores y el público en general sobre la importancia y necesidad del comercio marítimo mundial. En Europa existe actualmente la Asociación de Propeller Clubs, que engloba a 30 clubes de distintos países europeos y africanos, y unos 3.000 socios aproximadamente. Todos son profesionales vinculados a la industria del transporte y del comercio internacional.

En 1994 se funda en España el primer club, en Barcelona. Actualmente tenemos club en Valencia, Madrid, Las Palmas, Castellón, Bilbao, Algeciras y Sevilla. El nuestro concretamente se fundó el 4 de diciembre de 2011. Lo componemos medio centenar de asociados, hacemos almuerzos-coloquio, una vez al mes, en los que traemos a personas muy relevantes, relacionados con la política de Sevilla y también autoridades económicas. Todo siempre relacionado con nuestra actividad.

Nuestros objetivos son, fomentar el desarrollo de la línea mercante, así como el tráfico aéreo y por carretera, el comercio internacional y todos los sectores que directa o indirectamente vinculados a profesiones marítimas, portuarios y actividades de transporte. También, promovemos los intercambios con otros países y el espíritu de la amistad en búsqueda de objetivos comunes entre todos sus miembros comprometidos profesionalmente en las actividades mencionadas anteriormente.

Es decir, que fomentan el intercambio de conocimientos entre los miembros y autoridades de gran relevancia.

Sí, por supuesto. Traemos a personas muy destacadas relacionadas con nuestros sectores, con nuestro ámbito. Hace poco estu-

vo, entre otros, la Directora Nacional de Aduanas, la Directora Regional de aduanas, Presidentes de Autoridades Portuarias de Málaga y Algeciras, al Presidente del Comité Nacional de Transportes por carretera, al Delegado Territorial de Economía y Hacienda, Fondos Europeos y de Industria; es decir, hemos recibido ponentes de una envergadura bastante importante. También nos ha visitado el presidente de la autoridad portuaria, entidad a la que estamos muy vinculados, de hecho, son socios de nuestro club. Ellos asisten a todas nuestras reuniones y, como ponente, el presidente de la Autoridad Portuaria de Sevilla, Rafael Carmona nos da una ponencia para informarnos de los avances del puerto, de todos los proyectos que tienen, etc.

“Propeller forma parte de una red internacional de clubes dedicada a la promoción de la industria marítima y el comercio internacional”

¿Cuáles considera que son los principales retos y oportunidades para los directivos y empresarios vinculados al comercio internacional en la actualidad? ¿Cómo aborda este club estos temas en su agenda de actividades?

Nosotros en Sevilla tenemos una serie de requisitos que le planteamos antes de las elecciones a los dos candidatos, tanto del PSOE como del Partido Popular, porque eran los dos que tenían más opciones de ganar las elecciones, les comunicamos nuestras exigencias, nuestras carencias, qué veíamos dentro del puerto de Sevilla, lo que nos afectaba a nosotros, etc.

Pedimos, una bajada del IBI, entre otras cosas, porque este impuesto dentro de suelo portuario es uno de los más altos de España. Nosotros lo que queremos es traer a inversores, por lo tanto, si tenemos esa serie de carencias, un inversor te dice que en el puerto de Sevilla va a pagar X, y resulta que en cualquier otro puerto de Andalucía va a pagar mucho menos, sin duda a nosotros nos deja en desventaja. Esta semana tenemos una reunión con el Alcalde para afrontar estos temas.

Teniendo también en cuenta que hay otros factores, como son las características natu-



rales. Nosotros somos un puerto singular y luchamos porque nuestra singularidad sea reconocida. Tenemos un río navegable, nuestro eslogan es “el mar en el centro de Andalucía”, porque no lo consideramos como río, sino como mar. Pero tenemos problemas de calado conocidos por todos. Por otro lado, tenemos la gran ventaja de que los cruceros que llegan a Sevilla atracan en el centro de la ciudad. Es el único puerto de España con esta característica, lo cual debe ser un incentivo para los turistas.

En unas semanas la Autoridad Portuaria asistirá al congreso que se celebra todos los años en Miami, sobre cruceros, para atraer a más a Sevilla. De hecho, cada vez se va incrementando.

Hay que tener en cuenta la importancia de la ciudad de Sevilla (no solo puerto) como centro logístico más importante del sur peninsular, donde están ubicadas las principales empresas logísticas.

Es curioso, pero los ciudadanos sevillanos, no son conscientes de la valía del puerto de Sevilla. Genera muchísimo trabajo y creo que es la principal fuente de ingresos de la ciudad. Hay que cuidar el puerto, entre todos tenemos que hacerlo, porque si al puerto le va bien, a la ciudad de Sevilla también. Es fundamental que haya una conjunción de intereses entre ambos: el puerto y la ciudad, porque uno se beneficia del otro y ambos se nutren mutuamente. Son dos potencias que se necesitan.

Sevilla es el único puerto de interior de toda España, por eso hablo de la singularidad,

y tiene que recibir un trato diferente. Debemos recibir unas remuneraciones económicas por parte del Estado y de las Instituciones vinculadas, porque tenemos esa singularidad.

El presidente de la Autoridad portuaria, Rafael Carmona, el director de la misma Ángel Pulido, así como todo su equipo, están haciendo un esfuerzo enorme, en continuo contacto con operadores y clientes, buscando nuevos negocios e inversiones, ya que disponen de 850 hectáreas.

Es decir, que actualmente las previsiones de futuro son positivas.

Sí, por supuesto, porque hay que tener en cuenta que, en el mundo del transporte marítimo, del puerto en sí, no solamente se basa en el movimiento de contenedores o de graneles, también están los cruceros, los fertilizantes, etc.

Para concluir, ¿cuáles van a ser sus líneas estratégicas a seguir de cara al futuro? ¿Cómo van a seguir defendiendo sus intereses?

Sin duda vamos a seguir con nuestros almuerzos-coloquios, porque son muy enriquecedores, nos aportan muchísimo, además nuestra entidad sirve como órgano de presión, todo esto que le solicitamos a las autoridades, como el alcalde, son muy importantes para nosotros, pero también para la ciudad de Sevilla y para su puerto. Iremos hasta donde haya que llegar, presionando a la institución correspondiente.

Esa es nuestra línea y así vamos a seguir, buscando siempre el beneficio del Puerto de Sevilla y la ciudad.



Alejandro Varela: “Trabajamos con uno de los mejores equipos a nivel de operarios portuarios”



ENTREVISTA

ALEJANDRO VARELA
DIRECTOR GENERAL
DE IPSS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es la razón de ser de International Ports and Shipping Services?

Nosotros somos un startup que ha surgido en la post pandemia como “la nueva alternativa”.

En Cádiz, y en el sur de España en general siempre han estado las mismas opciones y nosotros lo sabíamos. Supimos ver una nueva oportunidad, un nicho en lo que es el nuevo mercado de la nueva era post pandemia. Esta es la razón de IPSS o International Ports and Shipping Services.

¿Qué servicios específicos ofrece un agente marítimo a las navieras, armadores y operadores de buque?

Nosotros nos encargamos de representar a los armadores y a los principales en todo sentido: Gestionamos todo tipo de servicios portuarios. Somos el intermediario de los principales y la autoridad portuaria; ofrecemos el apoyo logístico y coordinación en lo que es una escala o en reparación (que suele ser muy común aquí en Cádiz).

También trabajamos en todo lo que es la parte turística para los buques de pasajeros. La tripulación encaja toda la coordinación y toda la operativa cuando llega un barco, ya sea de pasajeros, un súper yate, o cualquier tipo de buque. Toda la gestión operativa está realizada en acorde. Podemos decir que nosotros nos encargamos de asegurarnos de que ellos no tengan mucha labor que hacer.

¿Cuál es valor añadido, Alejandro, que ofrecen a sus clientes en términos de asesoramiento, gestión de riesgos y optimización de los costes operativos?

No cabe duda de que, como agente consignatario, debemos ser expertos en cada servicio que ofrecemos, ya sea en la parte técnica, la



ambiental, a nivel social, turismo o en el riesgo. Como el representante local para los armadores, somos esa flecha directa para lo necesario, poniendo de manifiesto que, si estamos especializados en nuestros servicios y que podemos cubrir cada parte del asesoramiento sin necesitar depender de terceros para estos apoyos a los buques.

En este sentido, ¿cómo garantiza la eficiencia y la seguridad de las operaciones portuarias?

Esto es un trabajo colaborativo. Nosotros trabajamos con muchos expertos y muchas empresas auxiliares y operadores portuarios, cada uno de ellos expertos en su línea de trabajo. Y la verdad es que, en Andalucía, trabajamos con uno de los mejores equipos a nivel de operarios portuarios, como, por ejemplo, remolcadores, amarradores o prácticos. Son de los mejores. Por ello, nosotros confiamos plenamente en las empresas auxiliares que ofrecen nuestros servicios y que son *partners*

nuestros para asegurarnos que podemos garantizar esa seguridad a los armadores y principales.

Por otra parte, como operador logístico, ¿qué oportunidades de crecimiento y desarrollo identifican el sector, y cómo la empresa se está posicionando para aprovecharla?

En Cádiz, el mercado industrial es muy fuerte. Es uno de los pilares que sostiene esta economía local. En los últimos años ha surgido un incremento de muchas nuevas empresas que quieren invertir y quieren traer infinitas posibilidades de trabajo y de nuevos mercados para la zona. No solamente a nosotros como un startup, pero son empresas multinacionales y de gran magnitud que vienen a aportar, vienen a invertir.

En lo que esto nos concierne, ¿cómo nos desarrollamos y cómo nos preparamos? El desarrollo profesional para nosotros es lo más importante. Con todo el crecimiento que vemos, estamos invirtiendo en nuestro personal, en nuestros em-



pleados. El negocio está ahí, y hay muchas oportunidades de negocio. Lo que tenemos que hacer es desarrollar a cada uno de nuestros equipos para crear expertos en la industria y aprovechar cada oportunidad.

En términos de logística, ¿en qué sectores o industrias se han especializado?

Nosotros como operadores logísticos podemos manejar todo tipo de mercancía. La consignación de buques, como nuestro principal negocio.

Nos enfocamos en varias industrias: aplicamos un poco de esos dos ramos, y trabajamos en lo que es el *offshore*, *Oil*, *projects*, *energy & gas*; servicios *express* urgentes a nivel nacional e internacional; ofrecemos también servicios aduaneros y almacenamiento que también hace parte de nuestro portafolio de servicios. Los almacenes de depósitos aduaneros propios, dándonos una gran ventaja; también nos hemos especializado en los embalajes para mercancía de exportación.

La cartera incluye amarradores, grandes *freight forwarders*, como DSV y Crane Worldwide Logistics. la mayoría de nuestros clientes son empresas extranjeras, que por el transcurso nuestro negocio ha confiado plenamente en nuestros servicios. Nuestro negocio principal es el servicio al cliente.

Asimismo, Alejandro, ¿qué herramientas tecnológicas utilizan para mejorar vuestra eficiencia y la trazabilidad de las operaciones logística?

En la logística y en la cadena de suministros, la trazabilidad es lo más importante, es algo crítico en las operaciones. Nosotros nos hemos posicionado desde un principio para poder ofrecer lo que es la “visibilidad” a nuestros clientes. Hemos invertido en sistemas que nos dejan conectarnos y a través de EDI poder ofrecerle al cliente un servicio en el que ellos puedan ver y controlar en cualquier momento el proceso, en qué estado está, o en qué punto de la operativa se encuentra su mercancía. En cualquier parte del mundo, en cualquier momento.

Esto nos da la ventaja, digamos, de minimizar preguntas y correos electrónicos. En este negocio, suelen llegar decenas de correos a diario por temas operativos, y de esta manera, le damos la oportunidad al cliente de resolver esas preguntas de una forma automática, agilizando así mucho el proceso y las consultas de los clientes.

Antes, en la logística antigua, se

recibían muchos correos y se gastaban largos tiempos en responderlos, era muy habitual. Ahora, en esta nueva era las cosas han cambiado, y para poder iniciarse en la industria logística, hay que ir de la mano con el avance tecnológico y siempre seguir invirtiendo en él, porque es el futuro.

Alejandro, un poco para concluir, ¿qué medidas toman para promover la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa en vuestras operaciones logísticas?

Nosotros apoyamos mucho la descarbonización. Es más, ayer precisamente atendimos una jornada con la autoridad portuaria, con la corporativa tecnológica de Andalucía y con Endesa; que apoyan mucho y tienen un itinerario muy fuerte para la descarbonización.

Y en este caso, específicamente, la jornada trata de la electrificación de los puertos. Ahora mismo, nuestro reto más grande es llegar a ese punto donde poder ofrecerles a las navieras, y al resto, un servicio sostenible desde el punto de llegada. Y vuelvo y reitero, será nuestro próximo reto y tenemos que buscar todas las formas posibles para saber cómo nos vamos a especializar en esta nueva etapa de electrificación portuaria y sostenibilidad.

Trabajamos también un ambiente *paperless*. Nosotros, con nuestros sistemas, podemos sostener a nivel operativo todo bien utilizado. No necesitamos, como en la vieja escuela, imprimir documentos, correos... Eliminamos ese gasto. Nosotros no vivimos en un mundo de documentos físicos. Ya estamos más modernizados, estamos en dos mil veinticuatro. Todo es digital. Eliminamos todo tipo de impresión en papel y bueno, es un granito de arena más que aportamos al camino hacia la sostenibilidad.

Luego, a nivel logístico, buscamos muchos *partners* que también tengan esa misma visión para la descarbonización. Trabajamos con empresas que tengan vehículos sostenibles y no apoyen tanto a lo que es la huella de carbón.

Para finalizar, llevamos aproximadamente tres meses operando con una de las grandes distribuidoras de la región. Con las bebidas de Cruzcampo y Heineken, hemos acordado crear un *Hub* centralizado en nuestros almacenes de Cádiz, y por medio de ellos y con apoyo de todos, distribuiremos y serviremos al casco urbano y a la ciudad de Cádiz todas las bebidas de cervezas, lácteos, gaseosas y otros con vehículos cien por cien eléctricos.



ENTREVISTA

CHRISTIAN TORRES
OPERATIONS & BRANCH
MANAGER STROG SHIPPING

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuáles son los servicios que ofrecen como agencia en los puertos de Algeciras, Ceuta y Gibraltar?

Los servicios que ofrecemos son principalmente consignaciones, somos agentes consignatarios y nuestro cometido es puramente administrativo, con las diferentes navieras y armadores.

¿Cómo es la relación de la agencia con las autoridades portuarias y otras entidades reguladoras de estos puertos?

Nuestras relaciones son siempre muy buenas, nuestro contacto con las autoridades es telemático, realizamos todo nuestro trabajo a través de la plataforma del puerto y de ahí deriva a las diferentes autoridades, lo que es aduana, autoridad portuaria, marítima e inmigración.

¿Qué aspectos son claves para garantizar una eficiente operación portuaria en la labor de una consignataria?

Nos centramos en facilitar una adecuada información a los diferentes estamentos, como autoridad portuaria, capitania marítima, etc. Y coordinar con ellos los pasos. Ofrecemos un servicio integral a nuestros clientes.

Por otra parte, ¿cómo se mantienen actualizados respecto a las normativas y regulaciones en el sector marítimo que puedan afectar a sus operaciones como consignataria?

Nosotros formamos parte de la asociación AESBA, es la que nos mantiene informados de los cambios y actualizaciones pertinentes relacionados con nuestro sector. Ellos se encargan de enviarnos frecuentemente circulares, con temas relacionados con aduanas o la autoridad portuaria, etc. facilitando de esta manera nuestra labor, a la que se sumará próximamente ACBA (Asociación de consignatarios bahía de Algeciras).

¿Ha sido importante para ustedes incorporar innovación y tecnología en la gestión de sus operaciones?

Sí, correcto.

En este sentido, ¿qué soluciones digitales han implementado para mejorar vuestra eficiencia y la calidad de los servicios?

Por ejemplo, la Autoridad Portuaria ha mejorado el sistema informático, la plataforma, día a día va mejorando la digitalización del sistema, que implica y facilita todo lo que es nuestro trabajo.

Todo está conectado, tanta aduana, capitania marítima, autoridad portuaria, inmigración, etc. Poco a poco van implementando mejoras que faciliten nuestra labor. Hay algunos detalles que notamos que hay que mejorarlos más, pero sabemos que están intentando mejorarlo para facilitarnos a nosotros el trabajo.

Christian Torres: “Este proyecto ha ido creciendo y mejorando a nivel empresa y personal con vistas a sumar en el sector y con buena dirección hacia el futuro”



En líneas generales, ¿cuáles considera que son los principales desafíos para ustedes como agencia de servicios en los Puertos de Algeciras, Ceuta y Gibraltar, en un entorno tan competitivo y en constante evolución?

Consideramos que todos los días son un desafío, porque tenemos mucha competencia en el sector, cada empresa ofrece los servicios a su manera, y lo que pretendemos desde Strog Shipping es ser los mejores.

Podemos decir que el mayor desafío es la competencia que tenemos entre nosotros, entre las distintas empresas, tenemos muy buenas relaciones, pero el mayor desafío es ese, la competencia.

Trabajamos en otros puertos, como Valencia, Barcelona, ahora Tánger, sabemos que este último nos está afectando bastante, sobre todo al puerto de Algeciras. Sabemos que la autoridad portuaria está mediando en eso, para seguir siendo líder aquí en Algeciras.

Cuando arrancamos, nuestra pretensión desde Strog Shipping era realizar un proyecto ilusionante que empezó en el 2016, este pro-

yecto ha ido creciendo y mejorando a nivel empresa y personal con vistas a sumar en el sector y con buena dirección hacia el futuro.

¿En qué medida les está afectando el alza del puerto de Tánger?

Directamente a nosotros no nos afecta, porque nosotros no llevamos barcos de portacontenedores, pero sabemos que a otros compañeros que sí llevan ese tipo de barcos, lo están sufriendo.

Ahora mismo el puerto de Tánger está en auge, por lo que está afectando en volumen de operaciones a algunas empresas que operan en el puerto de Algeciras.

¿Cuáles son sus objetivos como empresa a largo plazo? ¿Cuáles van a ser las líneas estratégicas para trabajar los próximos años?

Nosotros cada año tenemos la pretensión de crecer, queremos seguir dando un buen servicio, mejorando todo lo que podamos, siempre escuchando a nuestros clientes y sus necesidades. Tenemos clientes muy fieles, pero queremos proyectarnos, no solo en el sector marítimo, sino también abriéndonos a otros campos. Tenemos dife-

“Queremos seguir dando un buen servicio, mejorando todo lo que podamos, siempre escuchando a nuestros clientes y sus necesidades”

rentes proyectos para seguir creciendo y avanzando cada año y seguir posicionando a nuestra empresa como una de las mejores de la zona.

No podemos pretender crecer de la noche a la mañana, queremos hacer las cosas bien, por lo que tenemos claro que vamos a ir poco a poco. Sabemos que nuestra competencia también lo está haciendo bien, tenemos buenas relaciones con ellos, pero queremos seguir mejorando nuestro sistema y corrigiendo los pequeños defectos que podamos cometer para seguir a la cabeza del sector.



Enrique Mozo: “La clave del éxito es flexibilidad y adaptación de nuestros servicios a las nuevas demandas de la sociedad”



ENTREVISTA

ENRIQUE MOZO
DIRECTOR DE
DESARROLLO DE NEGOCIO
DE RUBIS TERMINAL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Enrique, desde 1877 que comenzó la andadura de Rubis Terminal, ¿cómo ha evolucionado la compañía?

Los orígenes de nuestra empresa se remontan efectivamente a 1877. Este es el año en que se crea la compañía Parisina de asfaltos, la CPA. En aquel entonces, la empresa tenía ya dos terminales de almacenamiento de productos petrolíferos y químicos en las localizaciones de Ruán y Dunquerque que, actualmente, continúan siendo parte del grupo.

En el año 1990 el grupo familiar francés Rubis se hace con el 60% de esta empresa y comienza el crecimiento del grupo a través, principalmente, de dos vías: una vía inorgánica, adquiriendo terminales de almacenamiento en Francia, como Brest, Estrasburgo y Village Neuf; y una vía orgánica de desarrollo de terminales “greenfield” de almacenamiento, como son los ejemplos que de nuestras terminales en Rotterdam y Amberes

En definitiva, es un grupo que ha crecido muchísimo desde sus orígenes, sobre todo en la última parte de los años 90 y principios de

los 2000. El grupo llega a España a través de la adquisición, en el año 2020, de Terminales Portuarias SA (“TEPSA”), nuestra filial española, que tiene cuatro terminales: Barcelona, Bilbao, Tarragona y Valencia.

No hay duda de que Rubis Terminal es una empresa líder en su sector en Europa. ¿Qué actividades desempeñan con sus clientes?

Nuestro portfolio de clientes es muy diverso. Tenemos muchos tipos de clientes: desde empresas industriales, químicas, agencias de almacenamiento de reservas estratégicas de productos petrolíferos, productores de biocarburantes, traders, supermercados (en Francia tienen una sólida presencia en la industria), incluso productores de productos agroalimentarios (e.g. fertilizantes) y aceites vegetales.

Son empresas con naturaleza y necesidades diferentes. Nosotros tratamos de acomodarnos y de adaptar nuestras infraestructuras a cada uno de estas demandas, dando un servicio de calidad y con la máxima flexibilidad posible.

¿Qué papel estás jugando en el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad en vuestra empresa?

El medio ambiente y la sostenibilidad son absolutamente imprescindibles para el desarrollo de nuestras actividades, tanto actuales como futuras. Desde el año 2009, en Rubis Terminal, hemos sido pioneros al implementar diversas acciones para reducir nuestra huella de carbono.

En 2021, en conjunto con nues-

tros grupos de interés, realizamos el primer análisis de materialidad de emisiones para priorizar aspectos relevantes en términos de sostenibilidad. De hecho, publicamos el primer informe de sostenibilidad en el año 2022, con una hoja de ruta, con nuestros compromisos y objetivos a corto y medio plazo. Ahora mismo, estamos trabajando en nuestro plan de descarbonización a largo plazo.

Ejemplo de ello es que tenemos la medalla de plata de ECOVADIS, uno de los organismos referentes en la certificación de la sostenibilidad de empresas. Conseguimos la plata en 2023 y, además, ese mismo año también conseguimos el nivel B de Barcelona en el CDP score.

¿Y cómo asegura la compañía la seguridad de sus trabajadores? ¿Disponen de formación específica?

Sí. La seguridad es una piedra angular en nuestra actividad. Nuestro lema es: siempre seguro, always safe. Tenemos una cultura de seguridad instaurada en la empresa que intentamos refrescar continuamente mediante formación y concienciación para nuestros empleados.

Este año hemos comenzado una campaña en concreto que se llama “las nueve reglas para salvar vidas”, Nine Life Saving Rules. Y también hacemos jornadas de seguridad una vez al año con gente tanto de sede social como de terminales. En estas sesiones se comparan experiencias y aprendizajes y se refuerza nuestra cultura grupal de seguridad.

La formación es una parte fundamental para que esto continúe y cada trabajador dedica unas 25 horas al año de formación. Esto en 2023, que es un 13% más que el año anterior. Y con ello hemos conseguido reducir significativamente el número de accidentes. En 2023, estamos orgullosos de haberlo reducido un 38% respecto a lo que teníamos en el año anterior. Esto demuestra que la formación está siendo efectiva

Por otra parte, cambiando un poco de tercio, no cabe duda de que la sociedad actual evoluciona de manera vertiginosa. ¿Cómo se adaptan a estos cambios? ¿Qué planes de futuro presenta la compañía?



La clave del éxito es flexibilidad y adaptación de nuestros servicios e infraestructuras a las nuevas demandas de la sociedad.

Cada año se realiza un proceso de evaluación continua sobre cuáles son las necesidades de nuestros clientes e invertimos recursos, formación y activos que nos permiten amoldar y actualizar nuestra oferta de servicio a nuestros clientes.

Asimismo, ¿cuál ha sido el secreto de vuestro éxito? Pues, no cabe duda de que se han mantenido en el mercado por un gran número de años.

Yo diría que hay varios, pero, resaltaría nuestras localizaciones geoestratégicas y flexibilidad de servicio.

Estamos emplazados en los principales puertos del norte o el noroeste de Europa que nos permiten capturar los flujos de productos, tanto líquidos como gaseosos de muy diversa índole. Al final estamos muy cerca de los clientes y de los industriales.

Una oferta de servicio flexible y la capacidad de adaptarnos a las demandas de los clientes, manteniendo la excelencia operativa y la concienciación por la seguridad de nuestras instalaciones, complementan el tándem del éxito.

Un ejemplo que ilustra esta adaptación continua es que este año 2023 hemos llegado a la cifra record de 70% de ingresos provenientes de productos sostenibles y

de reservas estratégicas (VS 30% en 2016)

Un poco para concluir, me gustaría conocer cuál es el peso de Andalucía para vuestra entidad. ¿Se trata de un potencial mercado para ustedes?

Sí, desde luego. Actualmente en España estamos en Barcelona, Bilbao, Tarragona, Valencia, localizaciones más enfocadas en el noreste del país.

Sin embargo, desde hace unos años, estamos trabajando para implantarnos en el puerto de Huelva. Nuestro objetivo es construir una terminal logística de almacenamiento de líquidos y gases relacionados con las nuevas energías, que entre en operación a finales de esta década.

Huelva es un enclave geoestratégico, con un mercado inherente de químicos y biocarburantes, con varios incumbentes industriales muy relevantes en la zona.

Imagino que las perspectivas son muy positivas, ¿verdad?

Eso es. Huelva, además, tiene un posicionamiento clave en nuevas energías, dado el bajo coste de producción de renovables, la presencia de consumidores de hidrógeno existentes en la zona, productores de fertilizantes, además de un ecosistema (administración eficiente, seguridad jurídica, posibilidad de obtención de subsidios) diseñado para que estos proyectos lleven a buen cauce.



Mohamed Nadi Samadi: “Vamos creciendo y sumando objetivos según la necesidad del cliente”

ENTREVISTA

MOHAMED NADI SAMADI
DIRECTOR GENERAL DE
ANDALFRÍO LOGÍSTICA SL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Me gustaría preguntarle por la historia y trayectoria de Andalfrío en el sector de la logística. ¿Cómo ha evolucionado la empresa desde su fundación y cuál ha sido su enfoque en el mercado de la logística y el transporte?

La empresa empezó en el año 2018 con tres camiones. Actualmente, tenemos 48 camiones, con perspectiva de que este año terminemos con 60 aproximadamente.

Nos hemos ido adaptando a la necesidad de mercado metiéndonos en varios tipos de transporte: como el transporte de contenedores, de mercancía seca, transporte frigorífico, distribución capilar, etc. Nos hemos ido adaptando a la necesidad del cliente y al mercado.

¿En qué situación se encuentra ahora mismo el mercado? ¿Están aconteciendo buenos tiempos para andalfrío?

En general, los tiempos están difíciles por varios temas: el principal es que cuesta mucho encontrar buenos profesionales para

trabajar, sobre todo, para nosotros que hacemos mucha ruta internacional, los costes han aumentado (camiones, semirremolques, gasoil... etc), también la continua fusión de empresas de Logística, le pone el camino más difícil a las PYMES.

Lo principal para sobre vivir y seguir avanzando es cumplir con los clientes y proveedores, dando un buen servicio, de calidad y sin problemas.

Cuando una empresa trabaja bien de manera organizada y cumple lo pactado, lo tiene mucho más fácil que otros.

¿Cuáles son vuestras principales áreas de especialización?

Principalmente, trabajamos con el trans-

porte frigorífico de mercancía refrigerada: alimentación, fruta, verdura, también transportamos mercancía seca en camiones lonas. Tenemos transporte y depósito de contenedores (que es un depósito de reparación y almacenaje de contenedores en Sevilla).

Lo que hemos intentado es darle siempre soluciones logísticas a nuestros clientes.

“Cuesta mucho encontrar buenos profesionales para trabajar”

Asimismo, ¿qué características tiene la flota de transporte que ustedes tienen y cómo se aseguran de contar con vehículos modernos, seguros y también respetuosos con el medio ambiente?

Nuestro compromiso con el medio ambiente es importante, por ello escogemos camiones que consumen menos gasoil, y con menos emisiones.

Actualmente disponemos de camión GNL, dos DUO trailer, y una flota muy nueva en tractores y semirremolques, dotados con lo último en el mercado, para dar mejor comodidad a nuestros conductores, consumir menos gasoil, y dar el mejor servicio.

Ahora mismo estamos trabajando en dos proyectos: uno es la compra de camiones eléctricos, y por otro lado estamos estudiando la compra de camión que funciona con hidrógeno.

Me estaba comentando que van a ampliar la flota, intuyo que son buenas las perspectivas para este año, ¿no?

Sí, vuelvo a lo que comenté antes. Si la empresa trabaja bien, cumple con lo que le exigen sus clientes y los proveedores, todo debería ir bien. Y nosotros, de momento, lo estamos haciendo. Nuestros clientes están contentos con nosotros y estamos creciendo gracias a ellos.

¿Se contemplan nuevas líneas de servicios, colaboraciones estratégicas o la expansión a nuevos mercados o sectores?

Sí. Actualmente, estamos intentando cerrar un nuevo negocio, transporte de componentes de aviación y del automóvil, desde Marruecos hacia Europa, y posibilidad de hacer almacenes frigoríficos.

Es decir, que es un proyecto bastante potente e imagino que es ilusionante y a la par, esperan buenas perspectivas.

Sí, bastante, porque a nosotros nos daría un cambio muy importante a nivel de servicio, a nivel de facturación, y también el volumen de camiones crecerá muchísimo más de lo que teníamos previsto.

Un poco para para concluir, me gustaría saber cuáles son vuestros objetivos, ¿cuáles son vuestros objetivos a largo plazo?

Nosotros realmente vamos creciendo y sumando objetivos según la necesidad del cliente. Si el trabajo se hace bien, los clientes nos apoyaran y nos pedirán más, nosotros vamos a ir creciendo de su mano. Nuestro objetivo es ampliar nuestra flota de camiones, pero sí es cierto que no vamos a la aventura. Todo lo hacemos bajo el paraguas de nuestros clientes adaptándose a sus necesidades.





ENTREVISTA

JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ
PRESIDENTE DE AESBA

José Antonio Fernández: “Nuestra función es mediar para que todo llegue al mejor fin común”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Para comenzar, me gustaría preguntarle que es AESBA (la Asociación de Empresas de Servicios de la Bahía de Algeciras), y cuáles son los objetivos principales de esta asociación.

Como bien dicen sus siglas, AESBA es la Asociación de Empresas de Servicios de la Bahía de Algeciras. Estamos aglutinadas más de ciento cincuenta empresas que damos servicios en la Bahía de Algeciras a los buques que pasan por nuestro puerto.

Somos empresas de todo tipo de servicios que se dan en el puerto, desde los prácticos (que son los primeros que se suben a un barco cuando llegan a puerto), hasta todo tipo de servicios; consignatarios, provisionistas, talleres navales, remolcadores, amarradores, gabarras, incluso navieras, etc. En definitiva, todos los oficios que se dan en un puerto, los tenemos nosotros en nuestra asociación. El objetivo es conseguir los mejores medios para prestar el mejor servicio.

Además, cabe destacar que el puerto Algeciras es uno de los principales motores económicos del campo de Gibraltar, por lo que la labor que realizan desde esta asociación es crucial, es muy importante.

Sí, es muy importante porque, como bien dices, estamos hablando del cuarto puerto de Europa y el más importante de España, en el cual, tanto empleos directos como indirectos suman más de treinta mil puestos de trabajo, y muchos de esos empleos, los aglutinamos todas las empresas de servicios de la Bahía de Algeciras.



Concretamente, ¿qué iniciativas o proyectos ha liderado AESBA en beneficio de sus miembros y la comunidad en general?

Nosotros lo que intentamos es mediar con las administraciones. En este caso con la autoridad portuaria Bahía de Algeciras, para poder dar los mejores servicios a todos los buques que pasan por nuestro puerto.

Entonces, muchas veces tenemos que mediar, porque nuestra casuística en el puerto de Algeciras tiene normas, bien europeas, o bien nacionales que se tienen que amoldar a

nuestras fórmulas de servicio. Y en eso muchas veces estamos, en intentar buscar el interés de nuestras empresas, pero, principalmente, el interés del mejor servicio dentro del puerto de Algeciras.

Imagino que, en este sentido, es importante la colaboración de AESBA con las autoridades locales y regionales para promover el desarrollo y el crecimiento de las empresas en la bahía, ¿no?

Sin duda, de eso se trata. AESBA, como asociación y aglutinando tantas empresas de todos los oficios, lo que pretende es interactuar con

todas las administraciones, tanto locales, comarcales, regionales y por supuesto estatales de lo que es el puerto en sí. Nuestra función es mediar para que todo llegue al mejor fin común, que es trabajar en las mejores condiciones para poder brindar el mejor servicio.

Efectivamente. De hecho, recientemente, junto a la Junta de Andalucía, están trabajando en una colaboración para impulsar la formación profesional en el puerto de Algeciras, ¿no es así?

Efectivamente. Tuvimos la semana pasada un nuevo encuentro con el delega-

do de empleo y también con la delegada de formación para, precisamente explicar a las administraciones de qué oficios demandamos desde las empresas para que muchos jóvenes puedan tener un mejor futuro e insertarse en el mercado laboral con una profesión que se necesita.

“Nosotros intentamos mediar con las administraciones para poder dar los mejores servicios a todos los buques que pasan por nuestro puerto”

Lo cual es relevante, porque muchas empresas de diferentes sectores atisban a una necesidad de profesionales cualificados.

Sí, sin duda. Cada sector tiene sus casuísticas y sus empleos concretos. Y lógicamente, desde el puerto de Algeciras, que es un puerto que da todo tipos de servicios portuarios a los buques, surge la necesidad de muchísimos oficios. Desde las empresas creemos que a veces las administraciones no tienen una visión real de lo que el mercado demanda. Muchos centros educativos, bien sea institutos o incluso universidades están formando a jóvenes en estos momentos para profesiones que no van a existir en el futuro, o al menos no van a existir de la forma que las entendemos ahora. No tiene sentido que las empresas tengamos dificultades para cubrir puestos de trabajo por falta de profesionales formados en determinados oficios. Desde AESBA esta es una de nuestra lucha, la de hacer ver a las administraciones la realidad de un mercado para poder ofrecer un futuro a la juventud de Andalucía.

¿Es en este sentido el puerto de Algeciras parte del futuro económico de la comunidad?

Sin duda. Ahora mismo, el puerto de Algeciras, como comentaba antes, es el número uno de España y es el cuarto de Europa, pero la proyección de futuro del puerto de Algeciras debe seguir siendo la de desarrollarse. Por lo tanto, el puerto necesita crecer para seguir siendo competitivo y no perder esa posición TOP de los puertos de España y Europa.

José Antonio, para concluir, ¿qué planes de futuro tiene AESBA para seguir fortaleciendo el sector de servicio en la bahía y contribuir al desarrollo económico de la región?

Desde AESBA, como siempre ha sido desde su creación (llevamos más de treinta y tres años trabajando), lo que hacemos es intentar aunar esfuerzos e ir de la mano con las administraciones para poder desarrollar el puerto.

El puerto y las empresas, y las empresas y el puerto, gracias a esa colaboración conjunta, deben seguir desarrollando un futuro sostenible en todos los ámbitos; en el económico, en el social, en el medioambiental, etcétera, etcétera.

Jesús Rodríguez: “Trabajamos proyectos a medida para nuestros clientes”

ENTREVISTA

JESÚS RODRÍGUEZ
CEO DE SURCONTROL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿A qué se dedica Surcontrol? ¿Cuál es la razón de ser de esta empresa?

Surcontrol se dedica a temas de automatización, sistemas de control, robótica, digitalización y formación.

¿Cuál es la trayectoria y experiencia de su empresa en esta área?

Surcontrol nació en 2009, desde la universidad, de un grupo de investigación, y empezamos trabajando con lo que es autómatas, PLC.

Después de esto, empezamos a fabricar nuestros propios cuadros de control, comenzamos a trabajar con temas de robótica, de soldadura y de corte. Hemos ido creando nuestra propia plataforma de digitalización, al mismo tiempo, para buscar perfiles especializados en nuestro sector, creamos una academia que es Surcontrol Academy, ofertamos formación técnica avanzada, de esta manera podemos seleccionar los perfiles más interesantes del alumnado al que formamos.

En este sentido, ¿qué servicios y soluciones ofrecen en términos de automatización y digitalización?

En cuanto a la automatización, trabajamos proyectos a medida para nuestros clientes, según lo que nos demanden. Trabajamos desde una línea de alimentación a una línea de corte de perfiles, una soldadura de unidades abiertas o robótica de taladrado en el sector aeronáutico, etc. En definitiva, todos son proyectos a medida para nuestros clientes.

¿Qué beneficios aporta la automatización y digitalización de procesos a los clientes en términos de productividad, calidad y rentabilidad?

Centrándonos sobre todo en el tema de la calidad del trabajo, la repetitividad te lleva a tener mejor calidad en los sistemas, a ser capaz de producir más y, también consideramos muy importante, que nuestro equipo humano lo agradece, porque, por ejemplo, uno de



los sectores donde más presencia tenemos, el sector naval, automatizar procesos significa mejorar la calidad del trabajo y del puesto de trabajo de los empleados.

Asimismo, me hablaba de su parte formativa, el ámbito formativo de la empresa. ¿Qué tipo de programas formativos y cursos ofrecen a través de Surcontrol Academy? ¿A quién están dirigidos?

Surcontrol Academy está dirigido a todas las personas que quieren especializarse en los trabajos tecnológicos más demandados actualmente.

Las capacitaciones son automatización industrial, donde tocamos desde las primeras marcas, como

Schneider, Siemens, Omron, etc., y en la parte de robótica tocamos también los principales fabricantes, como pueden ser Kuka, Fanuc, Universal Robots, etc.

También tenemos temas de realidad virtual y realidad aumentada. Esas son las tres formaciones que estamos impartiendo ahora mismo, y enfocados dos de ellos como en una doble titulación, que te especializa como técnico experto en automatización y robótica industrial.

Imagino que estos cursos son teóricos, pero también combinan la práctica para garantizar la formación integral de los participantes.

Sí, contamos con una plataforma online para que los alumnos

puedan formarse, pero impartimos las prácticas en nuestras instalaciones. Nuestras formaciones cuentan con la parte práctica y la parte teórica.

En este sentido, ¿quiénes son los profesionales y expertos que imparten sus formaciones?

Son personal de la empresa, consideramos que es una forma muy eficiente, ya que nadie mejor que ellos sabe lo que pasa en el día a día de Surcontrol.

Recuerdo, cuando yo realicé mi formación universitaria, mis profesores no estaban en el día a día del sector, se centraban más en conocimientos teóricos, y no estaban tan actualizados.

Nuestros profesores son técnicos en activo de la empresa, que dedican tiempo a formar tanto la teoría como la práctica.

¿Ha sido positivo el feedback por parte de los participantes que han completado estos cursos?

Sí, y, además, lo mejor de todo es que hemos incorporado a más de 20 personas que vienen de las capacitaciones. Cuando contratas a alguien, debe pasar un período de formación, y por ello, la academia nos viene muy bien, por las nuevas incorporaciones lo hacen ya con ciertos conocimientos.

El feedback que recibimos por parte de ellos es muy bueno, todos estamos muy ilusionados con este proyecto.

Para concluir, ¿cuáles son sus objetivos, en general, dentro de todo lo que engloba la empresa a largo plazo? ¿Cuáles son las líneas de trabajo a seguir?

A día de hoy, con el desarrollo de una plataforma de digitalización propia, llamada Dragsa, hemos llegado a acuerdos con empresas de logística, también con empresas de propulsión. Estamos trabajando con ellos para digitalizar, en este caso, plantas generadoras de energía en tierra y buques en mar, y almacenes inteligentes.

Queremos crecer en esa misma vía con proveedores de grúa y estamos intentando llegar a acuerdos con empresas del sector para incorporar nuestra plataforma de digitalización, nuestra plataforma de control de sistemas de elevación de grúa.

También crecer en la parte de la academia y por seguir hablando del mundo de la robótica, estamos trabajando con temas de inspección de soldadura, de método digital, de aditiva, etc.

Creemos que va a ser un año muy bonito porque terminamos también las instalaciones nuevas, hemos construido unas oficinas de 1.000 metros cuadrados, cerca de donde ya estamos, con un taller mucho más grande, donde los alumnos de la academia podrán poner en práctica las formaciones de manera presencial, con el último equipamiento innovador del sector tecnológico.

En enero ya éramos 75 personas, estamos en una fase de crecimiento muy grande y muy contentos. Por lo tanto, va a ser un año muy bonito y apasionante.



Raúl Naranjo: “Ser una empresa joven nos da agilidad para negociar y adaptarnos”



ENTREVISTA

RAÚL NARANJO
CEO CHIEF EXECUTIVE
OFFICER GIRAN SALES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cómo surge esta compañía desde esa idea inicial hasta convertirse en la empresa que tenemos hoy?

Partiendo de una asociación de profesionales que ya estaban en el sector. Pensamos que había una parte del mercado que tenía lagunas y decidimos apostar por esa opción. Vimos que no se trabajaban bien las importaciones, que había de conocimientos en esta zona de España, y nos lanzamos a ello.

Comenzamos a ofrecer a los clientes la posibilidad de traer material de fuera, de manera que no solo compran material del extranjero, sino que también hacen compras a nivel nacional

Nos comentas que es un servicio único y diferencial. ¿Cuál es la diferenciación de su compañía frente a otras que prestan servicios parecidos?

Nosotros nacimos en un vivero

de empresas, no teníamos un gran sustento que nos respaldara, donde tuvimos que hacer un proyecto para detectar posibles mermas, fallos o mejoras en la competencia y adaptarla a un sistema de trabajo óptimo donde directamente sorteas todos estos fallos que están existiendo en el negocio. Uno de los principales potenciales que tiene nuestra empresa es el trato con el cliente, porque ayudamos realmente a los clientes a detectar sus fallos y ofrecer un mejor servicio. Si te centras en dar toda la información posible a los clientes, en tratarlos bien, finalmente les ayudas a mejorar su negocio.

Esa historia de salir de un vivero en un sector más industrial, más de exportaciones y menos tecnológico, es una historia de éxito.

Sí, apasionante, sobre todo. Todos los que nos asociamos para sacar adelante este proyecto no habíamos sido empresarios anteriormente. Éramos totalmente nuevos y le sumamos la pandemia, la incertidumbre que conllevaba.

Nos vimos un poco solos en medio de este maremágnum, nadie sabía cómo actuar, ni siquiera los empresarios que tenían experiencia. Lo importante es que hemos conseguido mantenernos y crecer, tenemos aún mucho margen de mejora, pero sabemos afrontar los problemas y trabajar en la adversidad.

El hecho de que sean una empresa joven, nada tiene que ver con la calidad. De hecho, certifican la calidad con los debidos pasos acciones.

Sí, correcto. Lo bueno de nuestra empresa es precisamente eso, que somos jóvenes, nos adaptamos a los cambios y mejoras que sean necesarios, a una velocidad asombrosa. Al salir del vivero de empresas y tener todos los procedimientos detallados, ha propiciado que en el tercer año ya teníamos la ISO 9001, es decir, que tenemos garantías de que nuestro proceso es correcto.

Tenemos la nota más alta en la certificación desde que iniciamos el proceso. También nos ha ayudado que nos hemos hermanado con empresas muy grandes y fuertes para ser capaces de ofrecer la mejor calidad, por lo tanto, en nuestro caso si que van la juventud y la calidad de la mano, preferimos ofrecer, por ejemplo, materiales un poco más caros, pero que sabemos que vamos a tenerlo de inmediato.

El ser una empresa joven nos da agilidad para negociar y adaptarnos. Estamos trabajando en una calidad alta, tanto en el trato con el cliente como el material que suministramos.

Estamos en un contexto en el que la variedad es fundamental. Imagino que tienen un catálogo lo suficientemente extenso para satisfacer todas las necesidades de sus clientes.

Correcto, sí. Uno de los puntos positivos haber nacido en un vivero de empresa, es que durante el tiempo que estuvimos allí confeccionando nuestra empresa, aprendimos mucho, durante todo nuestro proceso de incubación, captamos muchísimos proveedores y hacer un dossier. Aproximadamente tenemos cuarenta familias de producto y, a día de hoy contamos con alrededor de cuatro mil proveedores, los tenemos clasificados por familia, es decir, nos llega un barco y cualquier producto que necesite, yo ya tengo una familia, y entre ellos tengo el profesional, el habitual y el alternativo, dentro de cada uno tenemos clasificados cuáles son los mejores proveedores de cada familia, o al menos lo que a mí me responde mejor.

Tenemos un gran bagaje en la búsqueda de proveedores y es cierto que la variedad que trabajamos es muy importante. Realmente el abanico es muy amplio.

¿Vemos una digitalización también en la que otros sectores han sido pioneros? ¿Esa modernización en todos los suministros industriales?

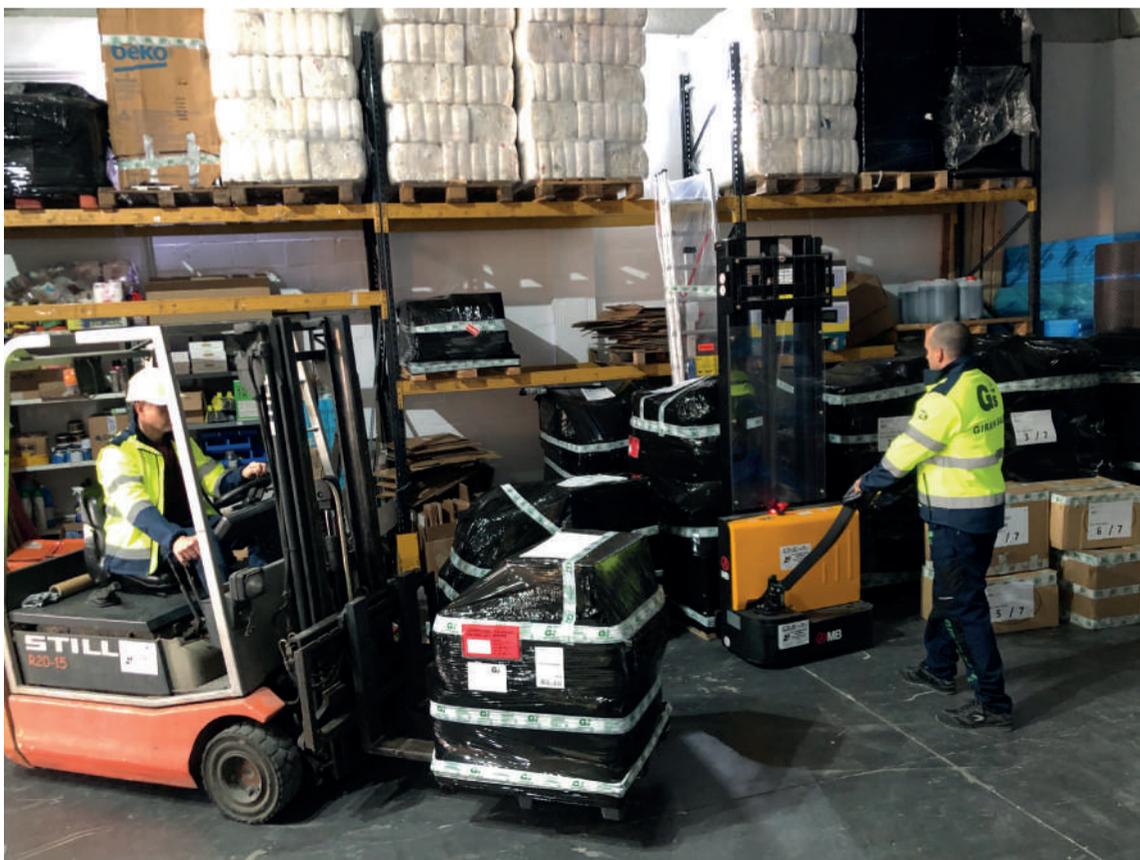
Bajo nuestro punto de vista, una digitalización o una modernización, viene muy lenta.

Los buques que pasan por todo el litoral español, que ya no solo servimos en el litoral español, sino que servimos en todos en cualquier parte del mundo, donde nos solicita el cliente que enviemos el material, pueden ser japoneses, rumanos, chinos, etc. por lo que debemos hablar un lenguaje internacional, y el hecho de digitalizarnos es complicado y un proceso lento.

Para concluir, ¿qué planes, proyectos o líneas nuevas de trabajo vislumbran el horizonte la compañía?

Pensamos que el bache económico producido tras la pandemia evidentemente ha hecho mella en todo el comercio, en todos los sectores, pero evidentemente, en algún momento tenía que empezar a clarear, tocando fondo y creando una base para empezar a arrancar.

Entendemos que ya hemos pisado ese suelo y ya estamos empezando a avanzar en unas condiciones óptimas. Creemos que el crecimiento a partir de ahora va a ser notable. Estamos trabajando muy bien todo el litoral nacional, pero nuestro punto de vista y nuestro objetivo está en el comercio internacional.





ENTREVISTA

IGNACIO JAVIER DEL RÍO SÁEZ
DIRECTOR DE ACTIVOS DE OCEAN
CAPITAL PARTNERS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Ignacio, ¿qué nos puede contar de los inicios de OCP y su trayectoria hasta la actualidad?

OCP está en el sector marítimo español desde hace más de cuarenta años. Empezamos como una consultora especializada en el sector marítimo español o portuario, pero rápidamente nos expandimos y comenzamos a trabajar en todo el mundo. Ampliamos nuestras líneas de negocio en un momento dado (hace aproximadamente entre diez y quince años) para llevar también las direcciones de obras marítimas. En ese momento nos dimos cuenta de que éste era un sector muy específico y de que necesitaban gente muy especializada.

Finalmente, hemos pasado a ser un inversor porque entendemos que es una figura relevante en materia de terminales de pasajeros, y especialmente de marinas. Tenemos el conocimiento de cómo funciona el sector marítimo y además, la capacidad de dirigir las obras. Por ello, tiene mucho sentido que nos hayamos quedado como gestores y dueños de las obras marítimas que estábamos dirigiendo.

Vuestra metodología se basa en detectar y crear oportunidades de negocio con el fin de hacerlas realidad. Siendo expertos en la gestión de marinas de megayates, ¿en qué aspectos se especializa la empresa dentro de esta gestión y cuál es su enfoque diferencial en el mercado?

En este caso, hay dos ramas principales: una es la conexión eléctrica en embarcaciones de grandes esloras con un enfoque claramente medioambiental, y la otra es que somos especialistas en la integración puerto-ciudad.

En el primer caso, hay que tener en cuenta que un barco de gran eslora es un gran consumidor de energía, y hay muy pocas marinas, por no decir ninguna, que ahora mismo tenga la capacidad de dar suministro eléctrico a barcos con esloras superiores a los sesenta metros. Nosotros tenemos barcos en nuestras marinas que pueden llegar hasta los ciento cuarenta metros.

En el segundo caso, un aspecto diferencial es que todas nuestras marinas están siempre en el centro de las ciudades y así tenemos esa oportunidad de aprovechar ese enfoque de integración. Queremos que nuestra marina sea parte de la ciudad, que la ciudad sea parte de nuestra marina, y que redunde en un beneficio para la ciudad, donde tengamos presencia tanto nosotros como nuestros clientes. Generamos puestos de trabajo, creamos riqueza y una tecnificación de los servicios que se prestan en la ciudad.

¿Qué nos puede decir concretamente acerca de la Marina de megayates del Puerto de Málaga? ¿Cómo surge el proyecto?

Es un proyecto emblemático, tanto para nosotros como para la ciudad. Somos una marina que está integrada plenamente en la urbe, está en pleno Muelle Uno y Muelle Dos, apenas a cinco minutos de la calle Larios y del centro histórico. Es un proyecto que tiene mucho sentido para nosotros por dos motivos: primero porque hay una carencia importante de marinas para barcos de grandes esloras en la zona; y segundo, por la propia situación y posición que tiene Málaga. No es lo mismo montar una marina en una ciudad que en otra y Málaga proporcionaba todos los requisitos que necesitábamos para una marina de este tipo.

Ahora mismo estamos en pleno crecimiento, la marina abrió hace aproximadamente tres años y las expectativas son buenas. Principalmente, porque la ciudad también nos está acompañando. Málaga tiene un aeropuerto internacional de primer nivel, grandes servicios, buen clima, una gastronomía excelente y otras ciudades anexas con monumentos y zonas que visitar.

Confiamos en que va a ser un ejemplo de integración y confiamos en poder hacer muchas actividades y eventos a lo largo de estos años. Este año ya tenemos planificados

Ignacio Javier del Río Sáez: “Contamos con una visión única del sector portuario”

eventos para la ciudad, el objetivo es que se vea el peso que empieza a tener la marina en el día a día de la ciudad.

¿Qué tipo de instalaciones y servicios complementarios suelen ofrecer las marinas de megayates gestionadas por OCP para satisfacer las necesidades de los propietarios y tripulaciones?

Aunque suene redundante e insistente, ofrecemos principalmente la conexión eléctrica. Al gestionar marinas enclavadas en el centro de la ciudad, debemos ser muy rigurosos con la conexión de estos barcos a tierra para evitar, por un lado, la contaminación acústica; y por otro, la contaminación medioambiental. Se trata de un elemento muy diferenciador, que, además, exige grandes inversiones para poder dar suministro a estos grandes consumidores. En ese sentido, creemos que es uno de los principales servicios o reclamos comerciales que ofrecemos a nuestros clientes.

Y por otro lado, la propia ciudad. Somos muy escrupulosos a la hora de elegir los sitios a los que acudimos, ya que tiene que ser una apuesta en conjunto y la ciudad tiene que ayudar. En este sentido, tanto la Autoridad Portuaria como el Ayuntamiento de Málaga han colaborado mucho con nuestro proyecto. Queremos que la ciudad se involucre en el día a día de la Marina.

Proponemos a los tripulantes y a nuestros clientes disfrutar de una ciudad vibrante, que está en pleno crecimiento y auge. Con una cantidad de museos increíbles y con una calidad de servicios y de vida que ahora mismo no tiene parangón con otras partes de Europa, ya no solamente con otras partes de España.

Cambiando un poco de tercio, ¿cuál es la experiencia y trayectoria de OCP en la prestación de servicios de consultoría desde OIM?

OIM es la filial de consultoría de Ocean Capital Partners. En ese sentido, contamos con una visión única del sector portuario que nos ha permitido ofrecer servicios de consultoría tanto a inversores como a gestores. OIM ofrece un asesoramiento 360°, un enfoque diferencial basado en una cartera integral de servicios que incluye acompañar al cliente a lo largo de todo el ciclo de vida de los proyectos.

Entendemos que esa es la gran oferta que podemos hacer a los clientes. Además, creemos que en el mercado es muy difícil encontrar esta visión 360° que permita cerrar cualquier ciclo de vida de un proyecto.

¿Qué proyectos destacados han llevado a cabo en este ámbito?

No realizamos proyectos solamente en España, los llevamos a cabo en todo el mundo. En general, nuestros clientes suelen ser operadores privados que gestionan concesiones en puertos. Les ayudamos a analizar su viabilidad, a conseguir concesiones o extensiones de plazo, a construirlas y, luego, a gestionarlas y ponerlas en marcha.

Me gustaría enfatizar algunos de los proyectos más importantes que hemos llevado a cabo nivel internacional, como puede ser el análisis de una terminal de exportación de componentes eólicos para un importante fabricante, el estudio de viabilidad de una marina de megayates en Japón, o el apoyo que estamos prestando en República Dominicana para el desarrollo de una nueva terminal de cruceros.

También hemos hecho mucha consultoría para organizaciones multilaterales que invierten en desarrollo de regiones con menos recursos. Y estamos involucrados en muchos proyectos con los puertos españoles. Desde la terminal de contenedores del puerto de Santander o del puerto de Cádiz, hasta una reforma integral del puerto de Castellón. También estamos con proyectos en el Club de Mar de Mallorca.

Por otra parte, también se alzan como uno de los principales operadores de terminales de pasajeros y vehículos en régimen de pasaje de España. En este sentido, ¿qué presencia tienen en Andalucía? ¿Qué importancia presenta la región para la compañía?

Andalucía, evidentemente, es una pieza clave en el sector de terminales de pasajeros, ya que cuenta con la Operación Paso del Estrecho de forma anual, lo que conlleva una movilización de pasajeros y vehículos realmente significativa.

Hemos gestionado la terminal de pasajeros de Algeciras y ahora también la terminal de pasajeros de Málaga. Aunque estamos muy focalizados en Andalucía, estamos obligados a mirar y observar lo que ocurre en otros canales de España, ya que también tienen un movimiento y una fuerza importante de operaciones en terminales de pasajeros.

Y un poco para concluir, teniendo un poco en cuenta lo que lo que se ha comentado, en definitiva, ¿cómo está posicionado OCP? ¿Cuál es su reputación actual en el mercado?

No sé si somos nosotros los que debemos responder a esta pregunta. Pero, sí entendemos que tenemos y queremos posicionarnos como un operador clave en ambos segmentos; tanto en terminales, como en marinas.

Quiero pensar que tenemos una reputación de profesionalidad y seriedad, que son las claves de nuestro éxito en todos los proyectos que estamos llevando a cabo. Siempre teniendo en mente que un proyecto que nosotros gestionamos o lideramos consta con una vertiente muy focalizada en la integración con las ciudades y, sobre todo, en la mejora y cuidado del medio ambiente.





Antonio Galiano Ferrer: “Nuestra misión es tener unos mares limpios”

ENTREVISTA

ANTONIO GALIANO FERRER
COORDINADOR DE ANDALUCÍA
EN ECOLMARE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿En qué está especializada Ecolmare?

Ecolmare es una empresa que se dedica a la limpieza de playas, puertos y de cualquier superficie de agua en la que haya residuos. La empresa tiene unos barcos especializados para la limpieza de este tipo de superficies.

¿Cuál es vuestra experiencia en la limpieza de aguas? ¿Cuántos años llevan inmersos en este sector?

Yo llevo más de veinte años trabajando en este sector para esta empresa, y, en concreto, trabajamos con diferentes administraciones, como pueda ser Junta de Andalucía, Ayuntamiento de Málaga, ayuntamiento de Cádiz, municipios de la costa del sol, occidental, etc. Tenemos presencia también en el puerto de Algeciras, el puerto de Málaga, el de Tarifa y en otros territorios nacionales como son los puertos de Tarragona, Barcelona y Vigo.

¿Qué métodos y tecnologías utilizan en esta limpieza de las aguas?

En función del residuo del que se trate, se efectúa uno u otros medios o con otros.

Por ejemplo, si tenemos basura sólida, tenemos unos barcos que se llaman “pelicanos”, que a través de una corriente de agua hacen la función de una aspiradora: aspiran el agua que está en la superficie y ese residuo, una vez que se aspira, a través de unos filtros que tiene la embarcación, se van quedando en unos recipientes.

En caso de que sea un vertido con hidrocarburo, el barco también tiene capacidad de recoger líquidos y ya se utilizarían otros medios como un skimmer de separación de hidrocarburos. Así, se separa el hidrocarburo del agua.

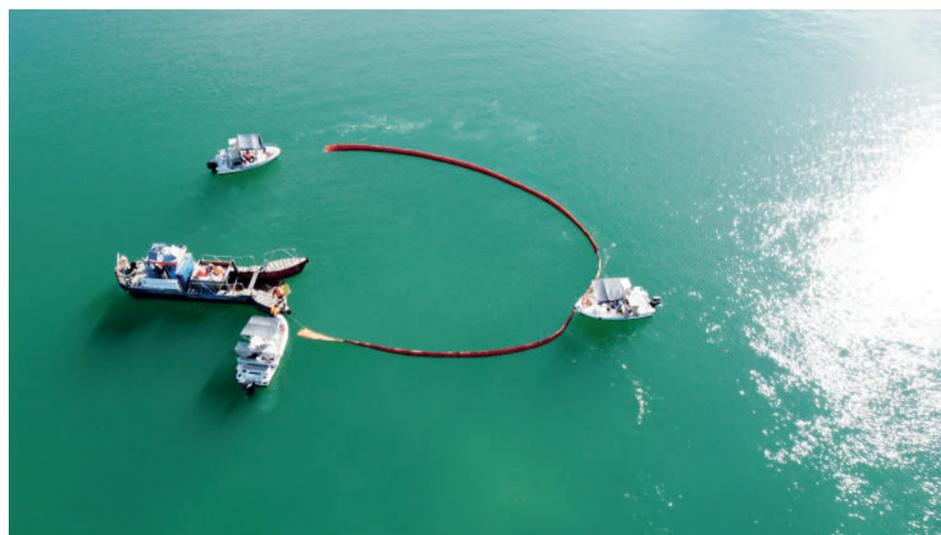
Imagino que es de vital importancia dentro de este sector y, dada la actividad que realizan, asegurarse de cumplir las normativas y regulaciones ambientales vigentes para la limpieza de aguas litorales ¿verdad?

Sí, así es.

¿Es una regulación muy ardua, o muy extensa?

En realidad, no tenemos una regulación muy concreta en el tema de la limpieza de agua. No hay mucho escrito sobre ello. Lo que te exigen los estamentos oficiales, como puede ser Capitanía Marítima, son requisitos a la hora de tener tus barcos bien preparados: los certificados de navegabilidad y seguridad, o los certificados seguridad radioeléctrica.

“Actualmente estamos utilizando motores híbrido-eléctricos para ayudar a reducir las emisiones de CO2”



Asimismo, ¿podría hablarnos de algún proyecto o iniciativa que estén llevando a cabo en la actualidad?

En la actualidad se están poniendo en marcha tres embarcaciones “pelicanos”,

con unas prestaciones un poco mayor que las anteriores, porque son de mayor eslora. Todo esto implica que la huella de carbono sea menor en nuestro trabajo diario. Estos barcos se pondrán en marcha, en los puertos de Málaga y Barcelona. El tercero será para Islas Baleares, que también tenemos presencia en las campañas de verano.

Estos barcos, en vez de ser un motor diésel convencional como los anteriores, son motores híbrido-eléctricos. Todo esto evita la cantidad de emisiones de CO2 que se expulsan cada día con las embarcaciones. Así se limitarán bastante estas emisiones.

Asimismo, Antonio, un poco para concluir, ¿cuál es vuestra misión a largo plazo?

A largo plazo, nuestra misión es tener unos mares limpios y concienciar a la gente de que el medio ambiente es muy importante y tenemos que cuidarlo. También es parte de nuestro trabajo la concienciación y la divulgación de estas cuestiones que tanto nos afectan a todos.



ENTREVISTA

RAFAEL FERNÁNDEZ
CEO DE BAYPORT

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Los inicios de Bayport se remontan a 1979 en Cádiz. ¿Cómo ha evolucionado la compañía hasta nuestros días?

En sus orígenes, nuestra empresa estaba enfocada al suministro a nivel local en exclusiva, por tanto, el crecimiento estaba ligado a las fluctuaciones del tráfico marítimo en el puerto de Cádiz. Es, durante la década de los 90, cuando se decide expandir nuestros servicios a puertos de nuestro entorno en primer lugar, como Algeciras o Gibraltar, seguidamente al resto de puertos nacionales. Desde entonces, la empresa ha ido creciendo de forma continua y sostenible. El crecimiento en facturación, lógicamente nos ha llevado a incrementar nuestro equipo de una forma más que notable. En la actualidad estamos en torno a los 270 empleados. Hace 3 años reubicamos nuestros servicios centrales en una nave de 20.000Mtr2 en el Puerto de Santa María y hemos reforzado nuestra presencia por toda España. Tenemos delegaciones en: Huelva, Algeciras, Valencia, Barcelona, Bilbao, Gijón, Ferrol y Las Palmas.

Desde la compañía presentan unos valores muy marcados. ¿Cuáles son los pilares en los que se basa el trabajo de la empresa?

Nuestros pilares fundamentales son tres: compromiso, innovación e impacto.

Compromiso con nuestros clientes en el sentido de tratar de resolver cualquier problema o de ser capaces de atender todo tipo de necesidades. Nos gusta decir que el no, no existe y creemos firmemente en ello. Innovación porque tratamos de estar a la vanguardia de las últimas tecnologías y trabajamos con softwares y maquinaria que nos hacen nuestra operativa de una forma más eficiente. E impacto en el sentido de poner a las personas (ya sean empleados o clientes) en el centro y tratar de generar un impacto positivo tanto a nivel social como medioambiental.

¿Qué servicios ofrece Bayport a sus clientes?

Actualmente en Bayport estamos centrados en el suministro a buques tanto de productos de alimentación como de material técnico, de repuestos y maquinaria y de productos *duty free* así como en suministros offshore y a buques en astilleros e industria auxiliar. También ofrecemos servicios de gestión aduanera y logística.



“Compromiso con nuestros clientes en el sentido de tratar de resolver cualquier problema o de ser capaces de atender todo tipo de necesidades”

Cuentan con 11 delegaciones y 25 puntos logísticos en España y Gibraltar. ¿Qué importancia tiene el equipo humano que llevan a cabo las actividades de la compañía?

El equipo es fundamental. Desde nuestros inicios apostamos por un equipo joven y dinámico contra la corriente generalizada de contratar a personal con experiencia bien de la competencia u otros sectores. Sin duda, nuestra apuesta ha demostrado ser la correcta.

El nivel de rotación en la empresa es muy bajo y gracias a la experiencia adquirida durante los años, y los valores transmitidos por nuestro equipo más veterano a las nuevas incorporaciones, nos hace gozar de un equipo único. Un equipo bien conocedor de nuestra filosofía, la idiosincrasia del negocio y grandes expertos en el suministro marítimo en todo su espectro.

¿Qué políticas han implantado en Bayport para asegurarse de que sus servicios cumplen la calidad necesaria?



Implementamos regularmente procesos de trabajo orientados a la obtención de certificaciones ISO para asegurar que nuestro servicio cumple con los estándares existentes.

Contamos con la certificación ISO45001 de gestión de seguridad y salud en los puestos de trabajo, la ISO9001 sobre sistemas de calidad en la organización, la ISO14001 de mejora medioambiental o la certificación Huella de Carbono entre otras. Además, somos Operador

Económico Autorizado (OEA).

¿Qué líneas de trabajo plantean de cara al futuro y a la expansión de la empresa?

Tres líneas muy definidas: Suministro a buques: Seguimos el camino marcado desde nuestros inicios.

Logística Integral: No solo para el sector marítimo sino para todo tipo de operadores.

Suministros y Servicios a Colectividades, Administraciones públicas y al sector HORECA.



Roberto Echevarría: “Esperamos poder ofrecer nuestros servicios muchos años más y llegar a nuestro centenario”



ENTREVISTA

ROBERTO ECHEVARRÍA
GERENTE DE AGENCIA MARÍTIMA
ECHEVARRÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Qué podría contarnos sobre la historia y la trayectoria de la Agencia Marítima Echevarría? ¿Cuáles han sido los hitos más destacados en su desarrollo como empresa?

Para comenzar, el hito más destacado quizás es la continuidad de la empresa familiar. La empresa se funda en 1928, estamos en 2024, por tanto, en poco tiempo, 2028, si todo va igual de bien, cumpliremos 100 años.

La compañía está dirigida actualmente por la tercera generación del fundador, don Manuel Echevarría Antón, que fue mi abuelo. Don Manuel se independizó como consignatario de buques, empezó a trabajar muy joven, con 13 o 14 años, en la agencia de Berenguer, que tenía una delegación en Sevilla y en Sanlúcar de Barrameda, y desde entonces, la compañía mantiene un estilo netamente familiar.

Durante estos casi 100 años ha habido muchos cambios, tanto en el tipo de mercancía como en los servicios que se han ofrecido. En los años treinta y cuarenta, el tipo de barco utilizado eran motoveleros, eran casi de vela, estilo de Juan Sebastián Elcano, pero con motor. Este tipo de barcos con bodega pequeña eran prácticamente de cabotaje nacional, traían mucha madera del norte, ya que existía la línea de Nueva York, donde también desde Sevilla se mandaba muchísimas aceitunas, aceite en bocolle, y todo este tipo de líneas y de servicios como consignatario se trabajaron en aquellos años.

En la década de 1950 y 1960 en la que el formato del transporte empezó a cambiar, aparecieron los pequeños contenedores de transporte, podemos denominar esta etapa como la “revolución del contenedor”, desaparecen algunas líneas nacionales de transporte de cabotaje y empiezan a introducirse ese tipo de mercancías en contenedores. Las pequeñas líneas que iban del norte al sur de España también sufren con estos avances y muchas de ellas se ven obligadas a echar el cierre. Los barcos evolucionan, aparecen los primeros bulk Carrier actuales, con bodegas con más capacidad, donde ya son netamente barcos de motor de derivados del



petróleo, vemos como desaparecen el motor de carbón y los veleros, y se inicia otro tipo de negocio.

En la década de 1970 la compañía estaba dirigida por don Roberto Echevarría Reyes, que es el actual propietario, se sustentó también prácticamente con los despachos de aduana, donde se trabajaban con las líneas de contenedores, haciéndoles muchísimos despachos de aduanas, desde Sevilla a Canarias y otros destinos. Comenzamos a trabajar con cementeras locales y con la compañía Auxtramarsa, que estaba muy vinculada a Riotinto y era una empresa muy fuerte a nivel nacional.

Durante muchos años se continuó con este tipo de negocio, muchos cementeros venían a Sevilla, se descargaba el cemento a granel y se transportaba a las fábricas de Sevilla para su venta y su distribución. También comenzamos a trabajar con las siderúrgicas locales que se asentaron en aquellos en el hinterland económico de la provincia, empezamos a tener una relación comercial muy buena y estrecha con estas empresas, para las que hemos sido durante muchos años sus consignatarios, agentes de aduana y estibadores.

Desde los años 80 somos también estibadores con grúas propias desde hace unos 20 años, y estamos muy vinculados a las empresas del sector siderúrgico. Desde 2012 nuestra actividad se basa en el apoyo a la industria siderúrgica pesada del hinterland económico de la provincia de Sevilla y Extremadura, manipulamos bobinas, corrugados de hierro, vigas de exportación y también chatarras de importación para los hornos de la fábrica. Podemos decir que actualmente esa es nuestra especialidad.

Nuestro principal cliente es la siderurgia, el Puerto de Sevilla tiene un peso muy importante en esta industria, ha concentrado un tercio del tráfico de la zona, también gracias a la exportación. Sevilla es una localización muy importante, su puerto interior facilita la carga a otras provincias de interior, como puede ser Extremadura, Córdoba, Ciudad Real, etc. En definitiva, esperamos poder ofrecer nuestros servicios muchos años más y llegar a nuestro centenario.

¿Están siendo buenos tiempos para la compañía y para el sector en general?

Ahora mismo no son buenos para el sector industrial, por el factor del coste de la energía eléctrica y por ciertas decisiones gubernamentales que están afectando a los países del norte de África que son nuestros principales destinatarios de las mercancías del sector siderúrgico.

El hinterland comercial del Puerto de Sevilla y de sus siderúrgicas españolas y extremeñas, son el embarque para Marruecos, Argelia, Túnez y estos países, pero la política de gobierno ha afectado mucho y han establecido aranceles, por lo que ha sufrido mucho la exportación de la industria a esta zona.

“Los planes futuros siguen siendo ofrecer un trabajo muy personalizado, familiar, de mercancía muy delicada”

Esperamos que las decisiones del gobierno sean más favorecedoras, parece que hay indicios más positivos del restablecimiento de relaciones comerciales, sobre todo con Argelia, somos optimistas.

¿Podría compartir algún proyecto o colaboración destacada en la que hayan participado?

Nosotros siempre hemos ayudado mucho en el tema de los de los astilleros en Sevilla, hemos buscado como cónsules honorarios, por ejemplo, de Finlandia, para la carga de trabajo de antiguos astilleros. Teníamos y tenemos muy buena relación con los astilleros, y esperamos que siempre surjan nuevos proyectos, pero de momento estamos centrados en nuestra actividad del sector siderúrgico.

Para concluir, ¿cuáles son los planes de futuro de la compañía?

Los planes futuros siguen siendo ofrecer un trabajo muy personalizado, familiar, de mercancía muy delicada, que la tratamos muy bien, la controlamos bien, creando un buen servicio, porque maniobramos con cargas muy complejas, donde prácticamente las bodegas se cargan al milímetro y con mercancías de dimensiones bastante grandes, y podemos decir que ese es nuestro punto fuerte, el dedicarle el tiempo a la mercancía, el tiempo delicado es un trabajo de artesanía, sin prisa. Sin duda, queremos que nuestro futuro vaya en esa dirección.



Álvaro Partida: “El mundo del sector logístico va de la mano de la digitalización y de la tecnología”

ENTREVISTA

ÁLVARO PARTIDA
PARTIDA LOGISTICS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es la misión de Partida Logistic? ¿Cuál es el servicio que ofrece?

Principalmente, nuestro servicio es la realización de la tramitación aduanera. A lo que se llama hoy en día agente de aduanas, y, oficialmente, representante aduanero.

Lo que nosotros proporcionamos es la realización de despachos aduaneros en regímenes de importación, exportación y tránsito. Tenemos el departamento Brexit para gestionar las exportaciones que se realizan desde territorio nacional y Portugal hacia Reino Unido, que, como todos sabemos, salió de la Unión Europea y por ello se creó una nueva frontera. También trabajamos con países como Suiza, Noruega e Islandia, que requieren de esta tramitación.

¿Cuál es el proceso que sigue su empresa para despachar la mercancía en Aduanas y cuáles son los plazos, los pasos clave que se deben cumplir?

Hay varios pasos y, sobre todo, información que requerimos que compartan con nosotros en relación a la tipología de la mercancía. No es lo mismo una mercancía perecedera, que tiene controles más exhaustivos en materia sanitaria y fitosanitaria; que mercancía no perecedera. Traer mercancía de automoción o textil requiere de otras tramitaciones y procedimientos.

Según la tipología de la mercancía, origen y destino, lo que intentamos hacer es un traje a medida en función de la casuística; primero logística, y después aduanera.

En materia aduanera, a la im-

portación se le generan unos aranceles. Nosotros tenemos que declarar un código arancelario específico que lo dictamina un organismo, que a su vez determina la partida arancelaria del producto. Todo esto lo tenemos que volcar en el DUA (las siglas que denominan el Documento Único Aduanero). Éstas se hacen tanto para la exportación como para la importación.

Informamos a la aduana de toda la casuística, tanto aduanera como logística y, sobre todo, y una de las cosas más importantes, informar sobre las condiciones de venta, que se traslada a los famosos incoterms

(International Commercial Terms).

Dependiendo del incoterms, se requiere de más atención a la importación; de declarar el transporte marítimo o terrestre y, sobre todo, de comunicar a la aduana hasta qué momento el vendedor o el comprador se hace cargo de la mercancía, y en qué momento se traspasa la propiedad de esta mercancía.

Concretamente, Álvaro, ¿con qué sectores suelen trabajar?

Tenemos más volumen de trabajo en mercancía perecedera, pero estando ubicados en Algeciras, entra y sale todo tipo de mercancía.

Hay un gran volumen de operaciones en productos de mercancía de automoción, de confección, textil, productos industriales, mercancías peligrosas... En definitiva, damos servicio a todo tipo de mercancía que pasa por las fronteras.

¿Cuáles son los principales retos o dificultades que suelen enfrentar en su día a día al realizar el despacho de mercancía en Aduana?

Una de las dificultades que tenemos es tener que hacer hincapié en todo lo que acontece al tema de la documentación. Es muy importante para nosotros que la documentación venga perfectamente editada y emitida; que no haya errores en aspectos como el número de bultos, los kilos netos, brutos, en las declaraciones del origen de la mercancía, etc. Dependiendo del tipo de mercancía hace falta una documentación u otra.

Necesitamos informar a nuestros clientes de la importancia de que la documentación venga correctamente emitida desde origen, para que para evitar retrasos y costes adicionales innecesarios.

Por otra parte, imagino que también es de vital importancia en este sector mantenerse actualizado con respecto a las normativas y regulaciones aduaneras vigentes, ¿no?

Absolutamente. Tenemos un departamento enfocado a estar al corriente de toda nueva normativa o modificación. En un mundo tan globalizado y cambiante, la nor-

mativa logística aduanera cambia mucho. Tenemos que estar alerta para hacer nuestra declaración en línea con la normativa vigente.

En caso de que pueda surgir durante el proceso de despacho aduanero alguna incidencia o duda, ¿qué acciones toman para resolverlo?

Los organismos aduaneros, sanitarios y fitosanitarios, al momento de detectar una incidencia nos lo hacen saber, y forma parte de nuestro trabajo solucionar la incidencia. Puede ser la documentación, o la mercancía en sí puede tener alguna anomalía. Hay que tener mucho cuidado con la normativa vigente y fijarse muy bien si la mercancía está correctamente declarada, etc.

En definitiva, son muchos “semáforos” a los cuales tenemos que estar atentos para evitar errores y, sobre todo, evitar que la mercancía de uno de nuestros clientes tenga que someterse a inspección o que la aduana llegue a requerir un escáner completo del camión o contenedor del cliente. Al final es nuestro día a día: estar atentos a que toda la cadena funcione bien y en el momento en que aparezca una bandera roja, saber a quién hay que llamar y cómo solventar la incidencia.

Me gustaría preguntarle por cómo se proyecta el futuro de vuestra entidad como despacho aduanero ¿Y qué tendencias o cambios prevén en el sector que puedan impactar en su empresa?

El sector logístico no conoce de tiempos muertos. Cada vez hay más intercambio de mercancías entre todos los continentes. Nosotros nos estamos preparando para dar un servicio más completo, una mejor atención al cliente, ya que la inmediatez prima en el sector logístico. Siempre con el objetivo puesto en el crecimiento de la empresa y en la expansión territorial.

No hace mucho hemos abierto una nueva delegación en Almería, y en cuestión de semanas haremos oficial la apertura de nuestra oficina en Tánger, Marruecos. ¿Qué queremos conseguir con esto? Queremos dar un servicio de puerta a puerta, sobre todo con Marruecos. Controlar y coordinar bien la logística de origen a destino.

Es decir, que a todas luces el futuro es bastante prometedor.

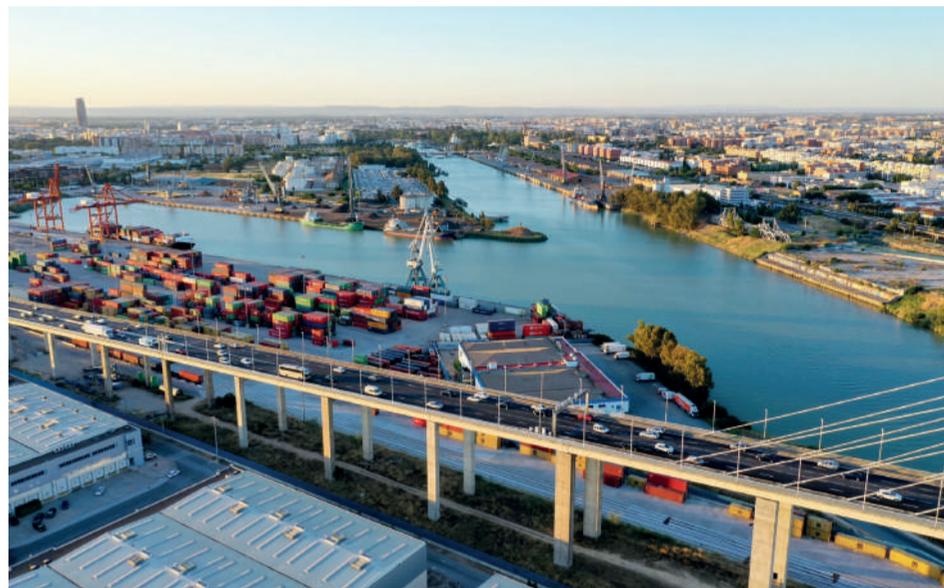
Pues sí, más prometedor, siempre y cuando sepamos adaptarnos a lo a los cambios.

El mundo del sector logístico va de la mano de la digitalización, de la tecnología, y es una “ola que nosotros estamos surfeando” con bastante inversión en este tipo de herramientas para ser más transparentes, para agilizar el procedimiento aduanero. Si queremos tener y mantener a una gran cantidad de clientes, la digitalización es una cuestión fundamental. En esto es en lo que estamos sumergidos ahora mismo, en ser más eficientes.





Carlos Jiménez: “La sostenibilidad es un valor clave para Suardiaz Group”



ENTREVISTA

CARLOS JIMÉNEZ
DIRECTOR REGIONAL SUR
EN SUARDIAZ GROUP

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Ofrecen servicios tanto en carretera, en ferrocarril, aéreo y marítimo. Centrándonos en el último, ¿cuáles son los servicios y soluciones logísticas que ofrecéis al sector?

Desde Suardiaz Group, líder en consultoría logística integral, con más de 75 años de historia, ofrecemos una amplia gama de soluciones de transporte orientadas a prestar el mejor servicio apoyándonos en la innovación y en la sostenibilidad.

Gracias a las distintas empresas del grupo tenemos experiencia en diferentes áreas de negocio: transporte marítimo, transporte multimodal (marítimo, aéreo, aduanas, terrestre, ferroviario, fletamentos, carga de proyectos) agencia, servicios logísticos integrales, servicios industriales, servicios auxiliares navales, *offshore wind*, seguros y bunkering.

¿Cuáles son los territorios en los que Suardiaz opera principalmente?

Como operador global ofrecemos soluciones logísticas a clientes de todo el mundo gracias a nuestros más de 1.000 empleados y más de 30 oficinas repartidas por España, Francia, Reino Unido, Marruecos, México y Perú, así como con la colaboración de agentes en distintos puntos de la geografía mundial.

En relación a Andalucía, ¿qué papel cree que ocupa nuestra comunidad en relación a sus puertos? Y ¿qué objetivos debería plantearse?

Los puertos andaluces son fundamentales para el tráfico de mercancías en nuestro país al ser la Comunidad Autónoma con más litoral de España. Es la región con más kilómetros de costa y, por lo tanto, con más puertos.

Algeciras es el principal puerto de la región que se centra en cubrir el tráfico a nivel mundial y, por supuesto, las conexiones con el continente africano, pero también destacan el de Sevilla, desde el que se lleva a cabo el tráfico a Canarias, o el puerto de Huelva por su importancia para el sector químico.

El principal objetivo de Andalucía en cuanto a sus puertos debería ser incrementar la inversión en medios y en infraestructuras, así como la modernización de los mismos para competir con otros puertos de Europa.

Por lo que respecta a la sostenibilidad ambiental ¿cuáles son los principales retos a los que se enfrenta una empresa con las características de SUARDIAZ Group?

La sostenibilidad es un valor clave para Suardiaz Group que, a través de una política comprometida y adecuada, garantizamos nuestro compromiso Medioambiental, Social y de Buen Gobierno. Sin embargo, nuestro principal reto está en responder a las expectativas de los clientes cumpliendo con nuestro compromiso en sostenibilidad.

“Ofrecemos una amplia gama de soluciones de transporte orientadas a prestar el mejor servicio apoyándonos en la innovación y en la sostenibilidad”

Al mismo tiempo, y aunque nuestra apuesta por la sostenibilidad es firme, la legislación en materia de protección del medio ambiente no es lo suficientemente precisa como para permitirnos avanzar con fuerza a medio plazo en este sentido.

En relación a la transformación digital, ¿supone un desafío el uso de las tecnologías emergentes para mejorar la eficiencia de la cadena de suministro?

La transformación digital está siendo clave para el Grupo ya que gracias a la adopción de nuevas tecnologías e innovaciones en toda la cadena de valor de nuestro negocio, somos capaces de responder a los desafíos del momento y, sin duda, mejorar la eficacia de la cadena de suministro.

¿Qué objetivos empresariales tiene Suardiaz Group a medio y largo plazo?

Nuestro principal objetivo es continuar consolidando nuestra posición como líder en consultoría logística integral ofreciendo una amplia gama de soluciones de transporte de forma flexible, a medida y siendo muy próximos a nuestros clientes para continuar respondiendo a sus necesidades en todo momento. Además, esperamos seguir trabajando para todos los sectores de actividad y poder continuar fidelizando y ampliando nuestra cartera de clientes.



Javier Gamundi Fernández: “El mayor logro es que la empresa ha crecido tremendamente a nivel tecnológico”



ENTREVISTA

JAVIER GAMUNDI FERNÁNDEZ
PRESIDENTE Y FUNDADOR
DE FRIZONIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Quería comenzar la entrevista preguntándole en qué está especializada actualmente la empresa Frizonia.

Somos una empresa dedicada al mundo de la refrigeración y el aire acondicionado, pero también una empresa muy especializada en el mundo naval y, en concreto, muy centrada en el mundo de defensa.

Sí que es cierto que como consecuencia de los requerimientos que tiene el mundo de defensa, el concepto de diseño de equipos es muy especial; en nuestro caso, bajo unas condiciones marinas; y en unas condiciones de trabajo que requieren soportar situaciones extremas. Esto requiere, evidentemente, un trabajo de ingeniería muy potente y, en consecuencia, trabajamos muy bien con sistemas de refrigeración y aire acondicionado especiales donde se requiere un diseño especial.

Básicamente, nos dedicamos en un 80 por ciento al mundo de defensa naval y, aparte hacemos proyectos de alta envergadura en el mundo de la refrigeración y el aire acondicionado.

Proyectos que, sin duda alguna, deben llevar una calidad extrema,

¿verdad?

Sí, hay una exigencia evidentemente. Estamos hablando de un medio marino donde la salubridad es importante, pero no solamente eso. Decimos que hay medio marino, pero al mismo tiempo estás diseñando sistemas que van a bordo de buques, que tienen que trabajar bajo todo tipo de condición.

Por lo tanto, el diseño de los equipos, teniendo en cuenta que hoy en día el tema del *comfort* a bordo es tremendamente importante, es muy exigente. Después, los equipamientos que llevan este tipo de buques son equipamientos muy especiales que precisan de sistemas de refrigeración y aire acondicionado para que se mantenga activo el buque bajo todo tipo de condiciones. Son diseños muy exigentes y el cliente nos reclama esos diseños exigentes.



Cumpliendo treinta años desde el inicio de vuestra actividad, ¿qué destacaría de lo obtenido a lo largo de todos estos años? ¿En qué logros haría especial hincapié?

Creo que la empresa ha ido evolucionando, como dicen los gallegos, “pasiño a pasiño”, o sea, paso a paso. La empresa ha ido partiendo desde el sistema de trabajar en mantenimiento de buques, hasta ahora llegar a diseñar, gestionar y fabricar absolutamente todos los componentes del sistema.

Pero el mayor logro que hemos tenido es que la empresa que ha crecido tremendamente a nivel tecnológico y esto ha ido sumando capacidad tecnológica en los diseños.

“Garantizamos que nuestros equipos van a poder trabajar sin problemas en condiciones extremas”

Asimismo, recientemente han adquirido una nueva nave. ¿Cuál es el objetivo de esta adquisición?

Ahora mismo estamos en un momento dulce en el cual los requerimientos de armada y el crecimiento de la empresa también están en auge. Esto se da porque nos hemos enfocado también hacia la explotación y estamos trabajando con más empresas extranjeras. Pero el nivel de pedidos y el nivel de integración que nos pide el cliente nos obliga tener unos almacenes potentes en los cuales tengamos capacidad de almacenar y suministrar equipamiento en el momento de la construcción. Las capacidades de los astilleros van disminuyendo en sentido de espacios

de almacenamiento y nos están requiriendo a nosotros que almacenemos, y al mismo tiempo se suman también las exigencias que nos piden y esto nos obliga a crear nuestros propios laboratorios de ensayo.

Ahora mismo, estamos en el proceso de crear un laboratorio. En los próximos meses tendremos la cámara climática, la cual nos va a seguir para meter el equipamiento en su interior y someterlo a condiciones extremas de temperatura, dado que estos buques de defensa tienen que operar en todo el mundo. Así, garantizamos que esos equipos van a poder trabajar sin problemas en condiciones extremas.

Por lo tanto, esta nave es lo que nos da apoyo, tanto en la línea de almacén, como en la línea de laboratorios para poder desarrollarlos. Y al mismo tiempo nos sirve para ampliar nuestro equipo técnico, nuestro equipo de ingeniería.

Asimismo, están presentes en proyectos de gran relevancia, ¿verdad? Imagino que es todo un reto. Me comentaba vuestra compañera que están en proyectos como el F110, el submarino S80 o las o las cubiertas sudies.

Sí, andamos en un permanente recto. Yo siempre digo que nunca he hecho un proyecto igual.

Estamos continuamente innovando en cuanto a los proyectos. Siempre tenemos que apostar por ellos y así conseguimos fidelizar al cliente y conseguimos también que vea en nosotros la capacidad de tratar con ellos, colaborar e intentar buscar las soluciones tecnológicas que se requieran.

La Armada requiere, y siempre ha sido así, ese avance en la tecnología y así hemos ido creciendo todas las empresas gracias a los requerimientos de la Armada. Todos los proyectos en los que estamos tienen ese componente de reto y, afortunadamente si seguimos aquí es que salimos exitosos de esos retos.

Imagino a su vez que este año estará marcado por la celebración de vuestro aniversario con diferentes actos a los que acudirán y que son de especial relevancia tanto para la empresa como para el sector, ¿verdad?

Sí. Nosotros solemos participar habitualmente y dando nuestro carácter de portador, solemos participar en numerosas ferias internacionales, en las cuales vamos vendiendo nuestro producto.

En realidad, nuestro aniversario fue el año pasado y ya tuvimos nuestras celebraciones. Pero luego está la imagen corporativa en la que también trabajamos duro para aumentar nuestra bolsa de clientes y para darnos a conocer. Al final somos una empresa solidificada, con experiencia y muchas referencias.

Javier, un poco para concluir, ¿cuáles son los objetivos a largo plazo de Frizonia?

Estamos en un proceso de cambio generacional, y creo que lo estamos llevando muy bien y de una forma inteligente. El primer reto entonces es involucrarnos en es el cambio generacional. Que los trabajadores vayan creciendo y que nosotros sepamos identificar y apoyar el talento de las personas, ya que hay un problema importante y es esta ausencia de formación y profesionalización en contraste con el volumen de trabajo que existe.

Nosotros tenemos que continuar y, evidentemente, ir internacionalizándonos cada vez más y abrir al mercado internacional, sin abandonar, por supuesto, el nacional.



Francisco Lorenzo: “Adaptándonos a las necesidades medioambientales que son fundamentales para todos”

ENTREVISTA

FRANCISCO LORENZO
DIRECTOR DE TERMINAL
MARÍTIMA GRANADA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Qué servicios ofrece Terminal Marítima Granada en el tratamiento de mercancías y la planificación e implementación de los proyectos logísticos?

Podemos decir que Terminal Marítima Granada se divide en dos empresas, Terminal Marítima Granada y Motril Shipping.

Terminal Marítima Granada es la que se encarga de la parte logística, a grandes rasgos, es la que se encarga de la carga y descarga de los barcos, el transporte, el almacenaje, etc. Motril Shipping lleva a cabo la parte administrativa de este negocio, mantiene las relaciones con la administración, autoridad portuaria, aduana, despachos, consignaciones, información a los clientes.

La parte más importante de Motril Shipping es la representación de los armadores de los barcos en el puerto de Motril.

En cuanto a Terminal Marítima Granada, desempeña también labores muy importantes, como logística, almacenaje, temas de grúas, etc. Siempre nos adaptamos a las mercancías que nos van solicitando nuestros clientes.

¿Están siendo buenos tiempos para el sector?

Trabajamos en un sector, en general, complicado. No funcionamos tanto por rachas, como por mercancías, puertos, actividad, etc. Por ejemplo, no podemos comparar el puerto de Motril con los de Barcelona o Algeciras.

El puerto de Motril es un puerto granelero, tanto de importación como de exportación de granel en líquido, tenemos una de instalaciones más grandes de Andalucía en recepción de combustible, pero no nos podemos comparar, por ejemplo, con el de Algeciras que es un puerto de contenedores.

Para el sector sí ha sido un momento muy complicado, porque se unió la pandemia, que afectó a todos los sectores en general, con la guerra de Ucrania, provocando la subida de la energía, las materias primas, etc. Nos está afectando mucho, a modo de ejemplo, nosotros tenemos un cliente que importa melaza para hacer alcohol, y el 80% de esa melaza venía de Rusia, de un día a otro le cortan el suministro de esa materia para hacer su alcohol, ha tenido que reinventarse y pagar más caro el producto.

Motril es un puerto donde trabajamos con biomasa, que viene de la aceituna, al estar Motril en el Hinterland de Granada y Jaén, toda la producción de aceite genera



una biomasa, que se exporta como materia para quemar en fábrica y obtener energía, reduciendo así la huella de carbono. Pero tenemos el tema de la sequía, ha habido una campaña muy mala, y, por lo tanto, las exportaciones han bajado considerablemente. El abono también se ha visto muy afectado con esta sequía, y nuestro puerto también suele tener mucho movimiento de abono en granel. Estas mercancías que son más estacionales sufren con todas estas circunstancias.

Hay otras mercancías que son más regulares, como el combustible, con el que no hemos tenido ningún problema. Podríamos decir, incluso, que se han aumentado las toneladas que se han importado en Motril y esperamos que siga aumentando.

Por lo tanto, en general, no ha sido un buen año para los puertos, pero hemos visto como a mediados de 2023 el sector se ha ido recuperando ligeramente. Si observamos las estadísticas de los puertos del estado, la mayoría de ellos han incrementado sus toneladas en los últimos meses.

El puerto de Motril, en este primer trimestre ha sido el puerto de interés general a nivel nacional, que más ha crecido, es un puerto pequeño, pero tiene mucho futuro y un gran potencial. Estamos muy cerca de dos grandes puertos, Málaga y Almería, tienen poco margen de crecimiento y expansión, ya que están dentro de la ciudad, y se están orientando a otro tipo de tráfico.

El puerto de Motril no está cerca de la ciudad y tiene capacidad y terreno para crecer, lo que hace que las empresas se estén fijando en él para implantarse aquí.

El plan director desde el puerto de Motril

se va a empezar a implementar en un futuro próximo, dándole un cambio radical a todo el sistema portuario de Motril, cambiando dársenas, apostando por tráfico, como son las líneas regulares con el norte de África, por los cruceros, contenedores, etc. Queremos dejar de ser simplemente un puerto granelero.

Imagino que a la par que está creciendo el puerto, vuestras expectativas de futuro son también crecer.

Claro, la idea es crecer con el puerto. Tenemos que adaptar la logística, somos una empresa privada, que damos servicio a nuestros clientes, por

lo que tenemos que aumentar nuestra capacidad de almacenaje, de medios, etc.

Estamos muy esperanzados con las líneas de transporte que conectan con el norte de África, un tráfico que tiene muchos futuros. Tenemos muy cerca el puerto de Nador West, que en unos años va a ser el puerto más grande del norte de África, siendo incluso más grande que Tánger Med, y el punto más cercano en línea recta, con un puerto del sur de Europa, en este caso, sería Motril. Por lo tanto, hay muchas posibilidades de crecimiento en ese sector.

Un problema importante que tiene nuestro puerto es que no tiene conexión ferroviaria, y va a ser difícil solventarlo en los próximos años. Estamos luchando por el corredor mediterráneo, que parece que se va hasta Granada y no va a pasar por nuestra zona, sería una solución ideal. En ese sentido, vamos a tener una fuerte competencia con otros puertos.

En conclusión, el futuro del transporte de mercancías, en general, pasa por los puertos y mover la mercancía en tren, reduciendo la huella de carbono y la problemática de la contaminación con los camiones, y si no nos facilitan la llegada de la conexión ferroviaria hasta nuestro puerto, nos iremos quedando fuera de esta evolución. Sabemos que la autoridad portuaria de Motril, el Ayuntamiento, la Cámara de Comercio, etc. están luchando para que los dirigentes políticos sepan de nuestra problemática y nos ayuden a solucionarlo.

Imagino que todavía no han proyectado ningún tipo de plan para solventar este problema.

Nosotros teníamos esperanza de que todo el corredor mediterráneo que, como su propio nombre indica, pasa por todo el litoral mediterráneo, nos diera servicio también a nosotros. La línea viene por la costa desde Almería y se va directamente a Granada. Pedimos que, si no había conexión mediterránea por el puerto de Motril, se hiciera una línea Granada-Motril, sería muy importante no solo para el puerto, sino también para toda la costa.

La autoridad portuaria juntamente con la Universidad de Granada ha hecho un estudio, porque nadie apostaba por ello, no lo veían rentable, pero han demostrado que es un proyecto de viabilidad la conexión ferroviaria de Granada-Motril, y se está trabajando en ello.

Por otro lado, tenemos una conexión directa por autovía que nos permite recibir mercancía directa, por ejemplo, desde Madrid. Hay una industria muy importante que se está haciendo de exportaciones de eólicos, se estaban haciendo por otros puertos, pero como son aspas muy largas de 75-80 metros, al pasar por núcleos urbanos tenían problemas tremendos. El puerto de Motril es el único que tiene una conexión directa desde Madrid, sin pasar por ningún núcleo urbano, por lo que está atrayendo ese tipo de tráfico que vienen por carretera. Pero sabemos que el transporte por carretera no es el futuro, por temas medioambientales.

Efectivamente, es muy importante, y tanto la administración pública como las empresas privadas deben aunar esfuerzo juntos.

Sí. Conocemos otros puertos más grandes, y por eso mismo valoramos la cercanía que tenemos en el Puerto de Motril, podemos hablar con el director o el presidente cualquier día, tenemos una relación muy directa con ellos, tenemos esa facilidad de conexión entre las administraciones, aduanas, autoridad portuaria y capitania, que facilita mucho nuestra labor. Sabemos que en los puertos más grandes no ocurre, la burocracia impide que se aceleren los procesos.

Nuestros clientes también lo valoran, los que trabajan en varios puertos lo saben, la facilidad que tienen en el puerto de Motril, no la tienen en otros puertos.

Para concluir, ¿cuáles son sus objetivos a corto y largo plazo? ¿Cómo plantean el futuro?

Ahora mismo estamos inmersos en un proceso de cambio interno importante, que va también de la mano de la autoridad portuaria, que es el tema medioambiental. Los puertos, hasta hace muy pocos años, estaban muy atrasados en ese sentido. La autoridad portuaria ha empezado a hacer planes de mejora para que todas las empresas implementemos, además de los planes internos que tengamos nosotros.

Tenemos que adaptar nuestros medios mecánicos para evitar la contaminación, por lo que tenemos que hacer un esfuerzo, no solo económico, sino también cambiar la mentalidad de nuestro personal y de nuestros clientes, que también tienen que adaptar sus medios a lo que exige la normativa ambiental.

En ese proceso estamos inmersos, adaptándonos a las necesidades medioambientales que son fundamentales para todos.

En definitiva, tenemos que ir moviéndonos y creciendo con el puerto, que es un ente vivo, siempre estamos dispuestos a mejorar y reinventarnos, estudiando todos los puntos que hemos comentados.



Luis M^a Durán Quintero: “Sin los puertos y sus almacenes, el mundo se pararía”

ENTREVISTA

**LUIS M^a DURÁN
QUINTERO**
GERENTE DE ALDEPORT

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Con más de 100 años de trayectoria profesional, ¿qué cambios destacables se han dado desde el inicio de la actividad empresarial hasta el día hoy?

Creo que el cambio fundamental ha sido que hemos pasado de ser una “empresa de servicio”, a ser una “empresa industrial de servicios”: antes las grúas, almacenes, etc; eran de las Autoridades Portuarias. Ahora tanto las infraestructuras como las super-estructuras son nuestras.

¿Cuál es el alcance y la capacidad de la empresa en términos de superficie y capacidad de carga?

Actualmente disponemos de 25.000 m² de almacenes en la zona portuaria de Sevilla y dos grúas en propiedad; seis palas cargadoras, y otros medios auxiliares. Disponemos de una Terminal nueva en concesión, con dos atraques y con una superficie por desarrollar de más de 150 mil m² de suelo. Eso nos da

capacidad para atender actualmente con garantía, un *mix* de productos entre las 500 y 600 mil toneladas. La nueva terminal nos proporciona contar con un plan de Empresa y de desarrollo de negocio, para multiplicar esa cifra por dos.

En relación a la liberalización de los puertos, ¿cuál es su posición ante el monopolio que sigue existiendo en Andalucía? ¿en qué grado les afecta esta monopolización de los puertos andaluces?

Tras varias advertencias al reino de España, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea nos sancionó por obligar a las empresas a formar parte de una sociedad para gestionar a los trabajadores portuarios y a contratar preferentemente de esa sociedad. Por ello, España cambió la Ley en 2017, pero hoy, en 2024, sigue existiendo ese monopolio de una sociedad de gestión de personal por puerto.

Hemos ofrecido a los trabajadores de esas sociedades contratarlos directamente en nuestras empresas en las mismas condiciones que tienen ahora, y tanto a ellos como a los otros accionistas de esas empresas, nuestros competidores, les hemos ofrecido alternativas para que nuestra salida de la empresa de gestión de personal no les afecte en nada, pero la realidad es que han pasado casi dos años y no nos hemos podido salir de esas socie-

dades, porque ni al sindicato mayoritario ni a nuestros competidores les interesa que funcionemos como una empresa normal, que tiene sus propios trabajadores, sin compartirlos con sus competidores. Estamos presos en un monopolio. Esto nos afecta en muchos aspectos.

Por un lado, hemos sufrido una huelga selectiva solo contra nuestra empresa en Andalucía, aparte de muchas presiones cada vez que intentamos aplicar la Ley, por ejemplo, si intentamos trabajar con nuestros propios empleados, en lugar de con los de la empresa monopolística. También algunos de nuestros trabajadores han sufrido amenazas y hay incluso denuncias penales.

Y por otro, no podemos ofrecer a los clientes del puerto un servicio todo lo eficiente que nos gustaría.

Pensamos que no es un problema de los trabajadores portuarios ni de sus salarios, sino de eficiencia, y por eso les ofrecemos trabajo en nuestras empresas en las mismas condiciones que tienen ahora. Pensamos que es un problema del sistema, monopolístico.

¿Cómo se gestionan las operaciones logísticas y qué tecnologías o sistemas se utilizan para optimizar la eficiencia y la seguridad en el manejo de la carga?

Cada día más la digitalización está presente: tanto en los flujos de información; en los despachos de

buques y de mercancías; en la automatización de procesos, control por tele-vigilancia, acceso remoto a la maquinaria para sus testeos y control de su eficiencia (consumos; ciclos/hora, ...); pesaje automático de camiones, etc. Todo ello contribuye a mejorar la eficiencia y la seguridad tanto en el manejo de las cargas; en la prevención de riesgos, así como en la mejora medioambiental.

¿Cuáles son los procedimientos de control de calidad y gestión de riesgos en la empresa?

Dentro del grupo estamos certificados con la ISO9000 (sistema de gestión de calidad); ISO45001 (Certificado de Seguridad y salud en el trabajo); ISO14001 (gestión ambiental); certificado “GTP” (Good Trading Practices -buenas prácticas de seguridad en gestión y manipulación diaria en las operaciones de almacenamiento, manipulación y transporte de cereales). Todo ello acredita que funcionamos con procedimientos estandarizados y con registro y trazabilidad de todo lo que hacemos.

Además de todas estas certificaciones, tenemos como objetivo mejorar continuamente, y por ello tenemos un departamento de gestión de riesgos y auditoría interna, que vigila de manera independiente que tenemos unos procedimientos de trabajos seguros y eficientes, y que los cumplimos. Es un departamento

que cuando se implantó se podía ver como algo incómodo, pero que se ha comprobado que es una gran ayuda para mejorar y que genera mucha tranquilidad a los gestores de que las cosas se hacen bien en cualquier área de la empresa.

¿Cuál es el enfoque de la empresa para mantener relaciones sólidas con los clientes y colaboradores?

La confianza y la búsqueda continua de la excelencia en todo lo que hacemos. Y todo esto pasa por asegurar que los servicios prestados cumplan los requisitos de nuestros clientes y sus expectativas; así como legales y los demás suscritos (sellos de “calidad”).

Proporcionar a nuestros Clientes soluciones totales a sus problemas, convirtiéndonos en auténticos socios de éstos, buscando siempre la colaboración entre ambas partes. No tener “comportamientos estándares” con el cliente; dar más; superar sus expectativas. Transmitir al cliente y colaboradores, seguridad, transparencia, ética, honestidad y equilibrio.

¿Cómo se adaptan los servicios de almacenamiento y logística a las necesidades específicas de los clientes?

Nos adelantamos e invertimos para estar preparados para posibles tráfico, además de una estrecha colaboración mutua con los clientes. Esto nos permite conocer bien el alcance de las necesidades de cada cliente y así, poder adaptarnos.

¿Cuáles son los objetivos y planes futuros de la empresa en términos de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa?

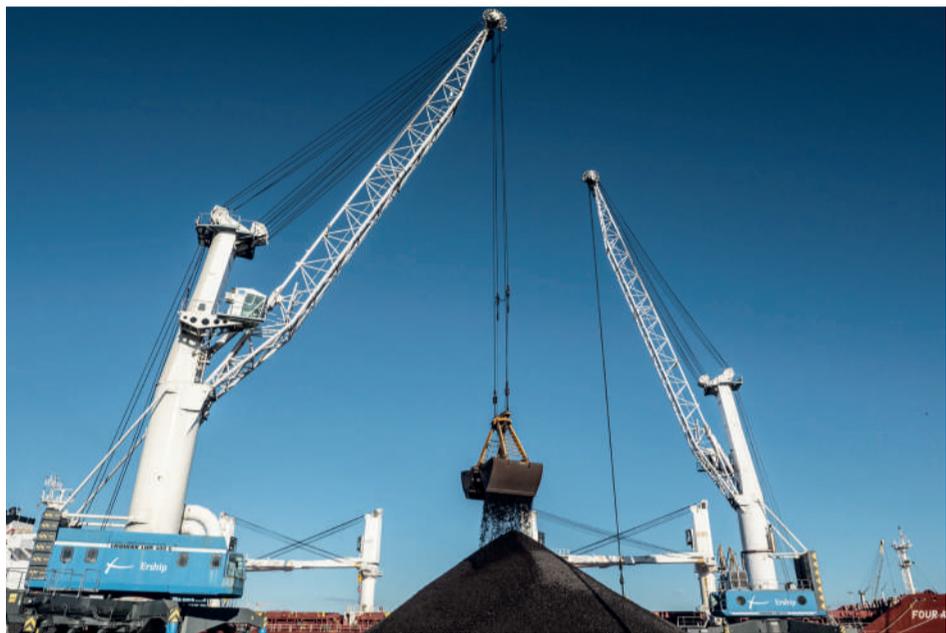
Actualmente, nos encontramos inmersos en la implantación de un sistema de Responsabilidad Social Corporativa, tras concluir recientemente la última fase de la auditoría, con el propósito de implementarlo en todas las Sociedades que conforman nuestro grupo.

Nuestro compromiso se basa en la gestión de los impactos que genera nuestra actividad sobre el entorno y nuestros ‘stakeholders’, es decir, los grupos de interés con los que interactuamos, incluyendo las Administraciones Públicas, especialmente la Autoridad Portuaria, que es la más cercana dada nuestra actividad empresarial. Por supuesto, también nos comprometemos con los clientes, proveedores y con los recursos humanos internos, los cuales son un factor fundamental y crítico en una empresa de servicios como la nuestra.

Entre nuestros planes futuros para seguir contribuyendo a la Responsabilidad Social Corporativa de nuestra empresa se encuentran: la promoción continua de prácticas éticas y transparentes, la colaboración con clientes y proveedores que compartan nuestros valores, así como la innovación y el desarrollo sostenible del grupo, entre otros.



Ership reconoce la importancia del cuidado del medioambiente y la sostenibilidad



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Ership lleva más de 135 años de trayectoria en el mercado, y más de 50 en Andalucía, ofreciendo a sus clientes multitud de actividades. ¿Cómo consiguen aunar toda esta oferta en una misma compañía?

Ership Grupo destaca por su capacidad para integrar una amplia gama de actividades, gracias a la coherencia arraigada en nuestros principios y valores fundamentales: experiencia, integridad, colaboración y excelencia.

Con más de 135 años de trayectoria en el mercado y más de medio siglo operando en Andalucía, hemos acumulado un profundo conocimiento en diversas áreas. Esta experiencia nos ha permitido diversificar nuestras actividades y adaptarnos constantemente a las cambiantes demandas de nuestros clientes y del mercado.

Nos comprometemos firmemente a mejorar los estándares de calidad y sostenibilidad; contando con un equipo de profesionales altamente cualificados y dedicados, respaldados por la tecnología más avanzada.

Brókers de fletamentos es una de las actividades que desempeñan en Ership, ¿qué importancia tiene su equipo para ello?

El equipo de brókers de fletamentos en Ership juega un papel crucial en la eficacia y el éxito de esta actividad. Son el enlace vital entre los armadores y los clientes que necesitan transportar mercancías. La importancia del equipo radica en su experiencia y conocimiento profundo del mercado, así como en su capacidad para negociar.

Nuestros brókers poseen habilidades excepcionales de comunicación y negociación para garantizar que se cumplan los requisitos específicos de cada cliente y se asegure el transporte eficiente y seguro de la carga. Además, su capacidad para anticipar y gestionar riesgos es decisivo para mantener la confianza de los clientes y garantizar la continuidad del negocio.

¿Qué nos puede contar acerca de la flota que compone Ership?

La compañía naviera Ership se compone principalmente de buques graneleros. En la actualidad disponemos de 4 buques de carga seca, entre las 13.000 y las 25.000 toneladas de peso muerto, que están operando en Europa, norte de África y Mediterráneo. Todos ellos disponen de grúas, por lo que aportan mayor versatilidad para operar en puertos donde no disponen de medios de tierra para las operaciones de carga y descarga.

La flota del grupo Ership, se completa con dos buques quimiqueros pequeños, de 7.000 y 5.000 toneladas de peso muerto, navegando en el norte de Europa y Mediterráneo.

“Con más de 135 años de trayectoria en el mercado y más de medio siglo operando en Andalucía, hemos acumulado un profundo conocimiento en diversas áreas”

Cuentan con más de 40 puertos en el mundo, ¿qué planes de futuro tienen en cuanto a expansión?

Actualmente, nos estamos enfocando en consolidar nuestra presencia en los mercados existentes y en identificar oportunidades estratégicas fuera de la Península Ibérica, para expandir nuestra red de puertos



y servicios. Nuestro objetivo es continuar ofreciendo soluciones logísticas eficientes y adaptarnos a las necesidades del mercado, manteniendo nuestro compromiso con la excelencia en el servicio al cliente.

Asesoran a sus clientes sobre cómo realizar sus exportaciones e importaciones de la manera más rentable posible. ¿Qué importancia tiene su equipo humano en estas actividades?

El equipo humano es fundamental en estas actividades porque posee el conocimiento y la experiencia necesaria para entender las complejidades del comercio internacional.

Los agentes de aduanas no solo proporcionan información sobre regulaciones y procedimientos aduaneros, sino que también ofrecen insights estratégicos para optimizar costos, minimizar riesgos y aprovechar oportunidades en el mercado global. Su capacidad para analizar datos, así como su habilidad para establecer relaciones con socios comerciales, son elementos clave para el éxito de las exportaciones e importacio-

nes de los clientes. En resumen, el equipo humano no solo brinda asesoramiento técnico, sino que también aporta un valor agregado invaluable a través de su experiencia y conocimientos especializados.

Todos conocemos la importancia del cuidado del medioambiente y la sostenibilidad en la actualidad. ¿Qué políticas aplica Ership para llevarlo a cabo?

Ership reconoce la importancia del cuidado del medioambiente y la sostenibilidad en todas y cada una de sus operaciones. Para garantizar un impacto ambiental positivo, implementa diversas políticas y prácticas; como el cumplimiento normativo, la eficiencia energética, la sensibilización y formación de sus empleados, proveedores y clientes; y la innovación tecnológica, entre otras. En resumen, Ership se compromete a adoptar políticas y prácticas que promuevan la sostenibilidad ambiental en todas sus actividades, demostrando así su responsabilidad corporativa y su contribución a la protección y conservación del medio ambiente.



Pablo Campos-Ansó Fernández: “Nuestro principal objetivo es avanzar en sostenibilidad y digitalización”



ENTREVISTA

PABLO CAMPOS-ANSÓ FERNÁNDEZ

RESPONSABLE DE INNOVACIÓN Y
DESARROLLO DE NAVINORTE S.A

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
**NAVINORTE fue constituida en el
año 1986, ¿qué cambios destacables
se han producido desde entonces?**

El negocio marítimo, el tipo de cargas que transporta y el funcionamiento sigue siendo el prácticamente el mismo. Han cambiado, fundamentalmente: la modernización técnica de los barcos; la mejora medioambiental con el aumento de las regulaciones gubernamentales y de sociedades de clasificación que trajeron consigo una apuesta total por la seguridad a bordo de los buques; el sistema de comunicaciones, pasamos por el telegrama, el fax, el teléfono, el mail, el móvil sin cobertura... y ahora se puede estar en contacto con los capitanes de los barcos prácticamente al minuto, lo que supone una agilidad enorme en la toma de decisiones y en la resolución de problemas.

¿Cuáles son los servicios que ofrece vuestra empresa?

Navinorte, S.A. ofrece fletamento de buques para el transporte marítimo de mercancías – carga seca -. Realiza fundamentalmente transportes de carga general y, principalmente, graneles sólidos como siderúrgicos, chatarra, fertilizantes, cereales, carbón, etc. Opera en el mercado tramp de cabotaje Europeo/Mediterráneo/Noroeste de África.



Actualmente ¿cuáles son los principales desafíos que enfrenta el sector?

Los principales desafíos a los que nos enfrentamos actualmente son: la digitalización, la sostenibilidad ambiental, los altos precios a los que nos enfrentamos a la hora de renovar flota, y la concentración empresarial.

¿Cuáles son los territorios en los que NAVINORTE S.A opera principalmente?

Opera en el mercado tramp de cabotaje Europeo/Mediterráneo/Noroeste de África.

¿Plantean ampliar y expandirse hacia otros territorios?

En principio no nos planteamos cambiar de territorios, pero nunca hay que cerrarse a nada. Todo se puede estudiar.

Por lo que respecta a la innovación, hemos podido ver que ponéis especial interés en la digitalización y sostenibilidad además de crear nuevos negocios a partir de G. Junquera Marítima, ¿cómo habéis puesto en práctica estos procesos? ¿cuáles son las medidas tomadas

respecto a digitalización y sostenibilidad?

Creemos que la innovación, en todas sus vertientes, debe estar presente en cualquier organización. De hecho, es algo innato en el ser humano que tan solo debemos alimentar, propiciar y consolidar. La innovación está presente en G. JUNQUERA MARITIMA, S.A. (empresa

matriz del grupo) desde su nacimiento y todas las personas que han pasado por la compañía han ido dejando su granito de arena para que la organización no se estanque. Innovación no solo consiste en nuevas tecnologías.

Sí que es cierto que, recientemente, hemos podido reforzar, poner foco, asentar esta rama de innovación a través de la creación de un área específica de innovación y nuevos negocios, hace algo más de 5 años. Desde esta área, estamos invirtiendo tiempo y recursos en dos procesos diferentes: uno interno, organizativo, con el objetivo de ganar eficiencia, productividad y competitividad en nuestros sectores tradicionales y otro, algo más externo, basado en la creación e inversión en nuevos modelos de negocio y tecnologías que pueden no estar tan relacionadas con nuestro sector.

Todo ello ha convergido y se ha materializado también en una compañía con la que estamos muy ilusionados: BRISEIDA SEA VENTURES, una plataforma de innovación

“Creemos que la innovación, en todas sus vertientes, debe estar presente en cualquier organización”

abierta focalizada en la economía azul y principalmente en 3 verticales: sostenibilidad, digitalización y seguridad, todo ello alrededor del sector marítimo-portuario.

Desde ella, ya estamos trabajando en el lanzamiento y acompañamiento de algunas empresas con alto potencial de crecimiento.

La sostenibilidad, de nuevo en todos sus formatos, debe ser el objetivo principal de cualquier compañía, y recientemente, con especial hincapié en la sostenibilidad medioambiental. A su alrededor, tenemos varios proyectos y sabemos a dónde queremos llegar, siendo conscientes del reto que ello supone.

¿Qué objetivos empresariales tiene NAVINORTE S.A a medio y largo plazo?

Renovar la flota, aumentar su capacidad y avanzar en la sostenibilidad y digitalización, siempre que los precios de los astilleros nos lo permitan.

Resulta complicado obtener las ayudas europeas necesarias para afrontar esta renovación, pero estamos trabajando en ello; debemos ser optimistas y confiar en que acaben llegando, para afrontar con éxito esta necesaria renovación.



Raquel Sanz: “El trabajador debe encontrar en la tecnología un aliado”



ENTREVISTA

RAQUEL SANZ
GERENTE DE PORTOFRÍO
LOGISTICS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuáles son los servicios que ofrece PortoFrío Logistic en el ámbito del almacenamiento frigorífico?

Como almacén frigorífico, y dentro de ese ámbito, intentamos ser todo lo polivalente que se puede. Aunque no ofrecemos servicios de transporte. En los comienzos de este sector, principalmente había dos tipos de servicios: manejar la mercancía en la descarga y en la carga; y luego, conservarlos a temperatura controlada.

Pero por la evolución de los tipos de mercado, de la forma de comprar, la forma de distribuir de

los propios dueños de la mercancía; hemos ampliado nuestras acciones y ofrecemos distintos servicios como puede ser el etiquetado, pletización, clasificación, descargas y cargas a granel (hechas a mano), transbordos simplemente de vehículo a vehículo (sin pasar por estancia en las cámaras frigoríficas), túnel de congelación para mercancía que viene directamente de matadero, en caso de carne, o de producción, en caso de fábricas, que tienen que congelarse y pasar por el por túnel de ultra congelación rápida. Y así, vamos adaptándonos a los servicios que nos van pidiendo los clientes.

¿A qué tipo de sectores, principalmente, dirigen su servicio?

Vuelvo a utilizar la palabra polivalente, puesto que son servicios dedicados al sector de alimentación como sector principal; pero también hemos tenido casos de productos químicos, tipos de abono para para la agricultura y servicios farmacéuticos.

Pero el 99,5 por ciento (por dar un porcentaje) es la alimentación. Y dentro de esa alimentación encontramos esa polivalencia que conlleva: pescados, mariscos, lácteos, bollería, pastelería, helados, precinados... alimentación en general.

¿Cómo se adaptan a las necesidades específicas de cada cliente en términos de gestión de inventario, distribución y logística frigorífica?

Son peticiones directas. El cliente se dirige a PortoFrío y nos hace directamente la petición acorde con sus necesidades; y nosotros, acorde con nuestros recursos, intentamos adaptarnos todo lo posible para cumplir esa petición.

Imagino que para ustedes es de vital importancia incorporar tecnología y sistemas de gestión en vuestras operaciones de almacenamiento en áreas de optimizar la eficiencia, la trazabilidad y la seguridad de los productos, ¿verdad?

Sí, correcto. Estamos trabajando en eso.

En el sector todavía es compleja porque no hay una metodología estándar como la hay en los almacenes en seco. En el frío, la mercancía no viene con formatos etiquetados, porque pueden venir de origen, o pueden venir de fábrica, o pueden haber pasado ya por dos o tres manos. Entonces, la forma tecnológica de hacer este control es un poco más compleja, pero estamos trabajando en esto día a día.

¿Cuál es el compromiso que guardan con la seguridad alimentaria y la calidad de los productos almacenados en sus instalaciones frigoríficas? ¿Cómo cumplen con los estándares internacionales de gestión de la cadena de frío y certificaciones de calidad?

Estando siempre informados e intentando, con el conocimiento de cada producto, y con las necesidades de cada cliente, adaptarnos al producto, a la mercancía, para que se cumpla ese proceso de cadena de frío.

Con un mantenimiento exhaustivo de nuestra sala de máquinas, que es el corazón del almacén; con el sistema de frío, haciendo un control mensual con profesionales que contratamos anualmente, y así renovamos para que no nos falte ese control mensual de mantenimiento, consiguiendo así que el frío sea excelente. Y, sobre todo, contamos con un personal muy profesional. El que menos tiempo lleva trabajando en el sector tiene quince años de experiencia. Esto nos asegura de que nuestro personal está perfectamente cualificado para hacer estos trabajos.

Raquel, ¿cuáles considera que son los principales desafíos a los que se enfrenta el sector?

Principalmente, diría tres: el desafío tecnológico, el desafío de energía, y la profesionalización del personal.

Considero el tema de la energía un desafío, ya que hay que seguir buscando un sistema de energía más sostenible, más eficaz y menos costoso, puesto que para nosotros la energía puede suponer

a veces un 50 por ciento del gasto del negocio. Como gasto y como sostenibilidad, creo que debe de ser uno de los retos principales.

Y luego la profesionalización del personal. Es un sector que está poco cualificado. Esto es un trabajo difícil. Trabajar a -22 grados de temperatura y con una indumentaria poco cómoda no es tarea fácil de realizar. Es un trabajo más cualificado y es difícil encontrar personal con esa cualificación y además que tenga vocación.

Sí, como bien comenta, es difícil encontrar cada día, personal cualificado, como está pasando también en el resto de los sectores, que cada vez es más complicado encontrar a jóvenes que quieran incluirse en este tipo de trabajo.

Efectivamente. Jóvenes que quieran ser almacenistas, operarios logísticos, carretilleros logísticos especializados. Es difícil encontrar personal comprometido y cualificado.

“Hay que seguir buscando un sistema de energía más sostenible, más eficaz y menos costoso”

Por otro lado, el tema de la energía, que para nosotros es uno de principales gastos y estamos atendiendo a unos cambios globales para la sostenibilidad de todas las industrias.

Y la tecnología, por supuesto, para seguir optimizando los procesos y que estén más actualizados. No te hablo de inteligencia artificial ni mucho menos todavía en esto. Pero sí utilizar la tecnología para facilitar los procesos y para ser más competitivos, más ágiles. Que el trabajador encuentre en la tecnología un apoyo, aunque al principio cueste, pero acabar encontrando un aliado en la tecnología.

Un poco para para concluir, Raquel, ¿cuáles son vuestros objetivos a largo plazo?

Nosotros queremos seguir avanzando en nuestra provincia, mejorando nuestro sistema de almacenamiento para poder ser todavía más polivalentes de lo que ya somos. También entra en nuestros objetivos poder tener un centro logístico tecnológicamente avanzado en la provincia de Sevilla que sirva como referencia a otros almacenes y sirvamos de modelo y de apoyo para la industria.



ENTREVISTA

CRISTÓBAL ANILLO
GERENTE

Cristóbal Anillo: “Destacamos por nuestra experiencia, profesionalidad y la preparación de nuestros equipos”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cómo ha evolucionado la empresa Cristóbal Anillo desde sus inicios en 1984 como prestador de servicios de transporte por el río Guadalquivir hasta la actualidad?

En realidad, aunque la empresa Cristóbal Anillo nace en el año 1984, hay que remontarse mucho antes, a la década de los 50 del pasado siglo, cuando comienzan mi padre y mi tío con este servicio, con una pequeña embarcación que cruzaba el río a las personas que vivían o trabajaban en Doñana.

Desde esa época hasta la actualidad, la empresa ha evolucionado mucho, desde aquellas canoas de madera a vela y remo, a la flota actual de acero, de diferentes características, con potentes motores y sistemas de navegación muy avanzados.

En este sentido, imagino que han sido muchos los cambios en la oferta de servicios del transporte fluvial.

Sin duda alguna. Hemos experimentado cambios abismales desde aquella época hasta la actualidad.

¿Cómo se está comportando actualmente el mercado? ¿Están siendo buenos tiempos?

No son tiempos malos, sólo tenemos que ver la trayectoria de la empresa, lo que simplemente comenzó como transporte de personas entre ambas orillas, actualmente, sin abandonar este servicio, se ha convertido en un verdadero referente turístico en nuestra zona.

Son muchas las personas que van a visitar a Doñana y, sobre todo, cuando llega el verano, a pasar el día en la playa de Doñana, una playa virgen con un atractivo maravilloso.

¿Cuál es la capacidad de la flota de barcazas con la que cuenta la empresa para realizar sus servicios de transporte fluvial y de cabotaje en la actualidad?

Actualmente, contamos con una flota total de 11 embarcaciones, barcazas y barcos exclusivamente de pasaje, así como otras embarcaciones de apoyo.

Además del transporte que hacemos en el río, también realizamos otros tipos de trabajo con estas barcazas, incluso fuera de aquí, de nuestra zona de actuación, el Guadalquivir. Participamos en obras marítimas, en dragados, mantenimiento de señales marítimas, res-



cate de embarcaciones hundidas, construcción e instalación de pantales flotante,...

Además, tenemos embarcaciones exclusivamente de viajeros, que ya tiene un carácter más turístico. Contamos con embarcaciones con una capacidad que va desde los 65 viajeros hasta, la mayor de ellas, que cuenta con un aforo de 550 pasajeros. En ellas ofrecemos una gran variedad de actividades turísticas, sobre todo en los meses de verano: celebración de conciertos, cenas, puestas de sol y otros tipos de eventos sociales.

Imagino que estas embar-

caciones llevan consigo un mantenimiento mensual.

Efectivamente, un mantenimiento casi diario. Dentro de nuestro equipo humano, contamos con un grupo exclusivamente dedicado al mantenimiento de estas embarcaciones, porque todos los años tienen que pasar unas inspecciones bastante rigurosas y, además, para nosotros la seguridad de las personas es lo primero y por tanto el mantenimiento es prácticamente a diario.

Una flota de este tamaño requiere mucha atención, visitamos los astilleros con mucha frecuencia,

ya sea por pintado, reparaciones, inspecciones, etc.

¿Cómo se han adaptado a las necesidades del mercado y a las demandas de sus clientes para la diversificación de la oferta de servicios con los que cuentan?

Como ya he comentado, empezamos en los orígenes con el cruce entre una orilla y otra, pero luego, en el año 1993, nos adjudicaron la concesión de las visitas al Parque Nacional de Doñana, que lo hacemos desde aquí también en barco, y que seguimos prestando en la actualidad.

En estos años hemos tenido que ir adaptándonos a lo que la demanda nos pedía, sea incorporar nuevas embarcaciones o mejorar las actuales en cuanto a motores, a equipos de navegación, a habitabilidad para el pasaje, adaptándolas para realizar otro tipo de trabajos, no sólo, como le decía antes, de transporte, sino de obras,... En definitiva, hemos ido equipando nuestras embarcaciones con todo lo que nos han ido demandando nuestros clientes.

Asimismo, imagino que está muy en boga la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Intuyo que ustedes aseguran minimizar vuestro impacto ambiental en las actividades que desarrollan.

Por supuesto, teniendo en cuenta que desarrollamos la mayor parte de nuestra actividad en el espacio natural de Doñana, un paraje muy protegido. Es un espacio con un alto valor ecológico, muy sensible y en este aspecto tenemos que ser muy precavidos y cuidadosos.

Los motores se han ido adaptando a las nuevas exigencias en cuanto a contaminación y a consumo.

Actualmente, tenemos a nuestro equipo de ingenieros trabajando en colaboración con un fabricante alemán para estudiar la viabilidad de incorporar motores eléctricos a las embarcaciones. Aunque los vehículos de transporte terrestre están muy evolucionados, en el tema de embarcaciones marítimas profesionales no se han hecho tantos avances, por lo que estamos intentando ver su viabilidad.

Para concluir, ¿qué considera usted que valoran más los clientes que acuden y contratan vuestros servicios?

Considero que en primer lugar nos buscan por nuestra experiencia, tantos años trabajando y dando la máxima profesionalidad, con todo nuestros medios y nuestro magnífico equipo.

Tenemos una amplia flota muy adaptada, es casi exclusiva por la zona, ya que contamos embarcaciones, tanto para el transporte de viajeros, como para el transporte rodado. Preparadas para intervenir en cualquier tipo de obra marítima, con grúas instaladas en las embarcaciones, elevadores,...

En definitiva, destacamos por nuestra experiencia, profesionalidad y la alta cualificación de nuestro equipo, tanto técnico como humano.



Luis Garzón Ventura: “Una visión renovada, adaptada a los nuevos tiempos, más empresarial y global”

ENTREVISTA

LUIS GARZÓN VENTURA
DIRECTOR AGUILAR
GESTIÓN ADUANERA SLU

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Desde 1907 desempeñan su actividad en el puerto de Huelva, ¿qué nos puede contar acerca de la trayectoria de Aguilar Gestión Aduanera?

En los inicios de desarrollo del puerto de Huelva mi bisabuelo, Manuel Aguilar, se estableció en Huelva después de haber iniciado el aprendizaje de la profesión de agente

de aduanas en Sevilla. Antiguamente el título de gerente de aduanas era hereditario, por lo que tanto mi abuelo como mi madre continuaron con la agencia que fundó mi bisabuelo.

Posteriormente y acorde a los nuevos tiempos, con el fin del régimen anterior, se eliminó ese trato al título de agente de aduanas, dejó de ser hereditario. Convocando la AEAT cursos de aptitud y capacitación para ejercer la actividad, siendo en una de las primeras promociones en 1997 en la que después de terminar mis estudios de licenciatura en Derecho por la universidad de Sevilla obtuve el Título Profesional de Agente de Aduanas.

Posteriormente en 2021 fundamos la que hoy día es mi empresa Aguilar gestión Aduanera SL, que intenta hacer honor a tantos años de profesión por parte de mi familia con una visión renovada, adaptada a los nuevos tiempos, más empresarial y global.

¿Qué servicios específicos ofrece Aguilar Gestión Aduanera a los operadores del puerto de Huelva?

Actuamos ofrecer servicio como intermediarios entre los importadores/exportadores que operan en el Puerto de Huelva y las autoridades aduaneras, facilitando el cumplimiento de las normativas aduaneras y la gestión eficiente de los trámites aduaneros. Desde el despacho de mercancías hasta el estudio y asesoramiento en materia de clasificación arancelaria de las mercancías, beneficios por la aplicación de determinados regímenes aduaneros etc.

En definitiva, asesoramos a nuestros clientes desde el inicio del proyecto de importación o exportación de mercancías hasta la finalización del despacho aduanero de las mismas cuando están listas para su descarga o carga en los buques que operan en el Puerto de Huelva.

¿Cómo se aseguran de que la información y documentación necesaria para el despacho de la mercancía se gestione de manera eficiente y segura?

La normativa en materia aduanera está en continuo desarrollo. Si hay un campo en materia tributaria en el que es imprescindible el estudio diario de nuevas normativas es el ámbito tributario aduanero, cuya legislación emana directamente de las autoridades europeas.

Por tanto, el estudio de esta y dotarnos de herramientas de software especializado es básico para el correcto desarrollo de nuestra actividad.

¿Qué canales de comunicación tienen habilitados para que los clientes puedan seguir el estado de su mercancía durante el despacho en aduanas?

De lo mucho que he aprendido en la larga tradición de mi familia en el sector aduanero es el de considerar nuestros clientes como auténticos socios. El éxito de sus operaciones es nuestro éxito. Al no ser una megaprima el trato y seguimiento se hace de una manera más minuciosa, personalizada y cercana pudiendo acomodarnos a sus necesidades de información.

En este sector cada cliente tiene sus necesidades específicas y nuestra empresa tiene la capacidad de adaptación para aportarles la información, trazabilidad y seguimiento que necesitan.

¿Cuáles son los principales retos y desafíos a los que se enfrenta su empresa en el despacho de mercancía en aduanas y cómo los abordan?

Los retos están enfocados fundamentalmente a aumentar nuestra dimensión como empresa para dar servicio a todos los nuevos proyectos que en materia de transición energética se van a iniciar en el Puerto de Huelva.

Comenzamos asesorando a empresas de Huelva en el ámbito de biocombustibles cuando, hace ya más de 12 años, se instalaron en Huelva para la producción de biocombustibles con aceites vegetales.

Continuamos con las nuevas materias primas (residuos de la extracción de aceites, aceites de cocina) y estamos preparados para continuar con su asesoramiento en materia aduanera para la producción de biocombustibles de segunda generación.

¿Qué oportunidades de mejora identifican en el proceso de intermediación y qué estrategias están implementando para optimizar la eficiencia y la calidad del servicio?

La digitalización y el uso de las nuevas tecnologías, la inteligencia artificial, robots para los procesos informáticos etc. son aspectos que van a marcar los próximos años en nuestro sector.

Vamos a apostar por estas nuevas herramientas, pero sin dejar por supuesto nuestra marca personal de profesionalidad y trato directo con el cliente que, en nuestra opinión, es fundamental en el ámbito de la intermediación aduanera.





ENTREVISTA

DIEGO MARTÍNEZ
ADMINISTRADOR DE
OLISTOCK S.L.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Qué es Olistock? ¿Hacia dónde se remataron sus inicios?

Olistock surge de una idea de dos socios con una empresa que se dedicaba al control de mercancías; aceite de oliva, principalmente. Gestionaban también el transporte e incluso el fletamento de los barcos.

Entonces, decidieron montar un almacenaje, que era lo que les faltaba para completar el círculo que tenían de control. Es decir, tenían los clientes que exportaban o importaban el aceite; realizaban el control de la mercancía; les facilitaban a los clientes el servicio de fletamento de barcos, incluso de transporte por carretera; y el servicio que le faltaba era el almacenaje. En ese momento fue cuando decidieron montar Olistock.

Cuentan con una larga experiencia en el almacenamiento y manipulación de aceites vegetales con especial atención en el aceite de oliva, ¿en qué situación se encuentra ahora mismo el sector?

Como bien sabéis, España es el principal productor mundial de aceite de oliva y, en concreto la mayor parte de la producción se concentra en Andalucía. La sequía, que sobre todo se ha notado en los últimos dos años, ha influido en la escasez de la campaña.

No os puedo hablar de cifras exactas porque yo no controlo muy bien esos números, pues nosotros no comercializamos el aceite, sólo nos dedicamos al depósito y almacenaje, pero creo que la campaña se ha reducido este año en torno a un cincuenta o un sesenta por ciento. Esto afecta de forma directa a todos los sectores vinculados con este producto.

Actualmente, ¿cuál es vuestra capacidad de almacenamiento?

Nosotros tenemos una capacidad de almacenamiento de unas quince mil toneladas, hablando en números redondos. Ahora mismo tenemos dos instalaciones; la primaria, que es una instalación de once mil toneladas; formada por veintitrés depósitos de acero inoxidable repartidos en diferentes capacidades que van desde las doscientas toneladas por depósito a las trescientas, a las seiscientas, incluso al millón de kilos.

Durante el mes de noviembre, mediante un acuerdo con la Autoridad Portuaria, hemos tomado en autorización por tres años más, una nueva instalación que está situada dentro del puerto y que nos ha permitido ampliar nuestra capacidad de almacenaje en cuatro mil toneladas más. Esto quiere decir que ahora mismo, estamos cerca de las quince mil toneladas de capacidad.

¿Cómo se aseguran de mantener la calidad y seguridad del aceite durante el proceso de almacenamiento?

Pues me encantaría explicártelo de forma física aquí, si tienes la oportunidad de venir a la instalación, te lo explicaría porque quedaría muy claro.

Diego Martínez: “Uno de nuestros principales mercados es la exportación de aceite a Estados Unidos”



Lo principal es que nosotros tenemos una trazabilidad del aceite, al cien por cien. En primer lugar Olistock fue construida con depósitos totalmente independientes, además de líneas y bombas de carga/descarga también independientes.

Esto es muy importante porque dentro del aceite oliva, nosotros manejamos tanto virgen extra de primera calidad, aceite oliva refinado y aceite de orujo refinado. Son todos alimentarios, pero son aceites que no se pueden tocar entre sí porque tienen características completamente diferentes. Incluso, dentro de los virgen extra, también recibimos lotes con diferentes calidades para diferentes clientes.

Por lo tanto, por la forma en que está construida nuestra instalación, aseguramos al cien por cien que cada mercancía que entra en depósito, entra de forma independiente y sale de forma independiente. Es imposible que las mercancías se puedan mezclar entre sí.

En este sentido, ¿cuentan con alguna certificación o estándares de calidad en materia de seguridad alimentaria?



No. Nosotros, por supuesto, tenemos todos los permisos para poder realizar nuestra actividad, pero luego con los estándares de calidad, digamos que es la propia la propia experiencia la que nos avala.

Lo que sí que tenemos es que los propios clientes que nos contratan la instala-

ción, nos hacen cada año unas auditorías muy minuciosas con las que siempre hemos cumplido, podríamos decir que nos consideran como si fuésemos parte de su almacén. Te hablo de clientes tan importantes como Dcoop, Sovena, Migasa entre otros. Estas empresas tienen unos departamentos de auditoría y de calidad muy importantes, muy muy rigurosos, y se aseguran de que se mantiene en todo momento la calidad del aceite.

Y un poco para para concluir, Diego, me gustaría preguntarle cuáles son sus objetivos a largo plazo.

Uno de nuestros principales mercados es la exportación de aceite a Estados Unidos.

El mercado del aceite de oliva (salvo en estos momentos, que entendemos que es circunstancial, la campaña es baja) es un mercado que va en aumento. Con esta una nueva adquisición de espacio podemos dedicar más capacidad a un tráfico que ya tenemos consolidado. Al mismo tiempo captamos otros tráficos como el de aceite de girasol crudo procedente de la zona del Mar Negro, que también se almacena en Olistock de forma continuada desde finales del 2021, o aceite de orujo crudo procedente de la zona del mediterráneo que de forma puntual también almacenamos.

Manteniéndose durante los próximos tres años las previsiones del mercado, los propietarios estarían en disposición de financiar un nuevo crecimiento para alcanzar una capacidad total de almacenamiento de 23.000 toneladas.

AGENDA MARZO-ABRIL

19 Mar.

- Inteligencia Artificial y RRHH: Optimizando la gestión de Talento con ChatGPT. Instituto de Estudios Cajasol.

20 Mar.

- Transfiere 2024. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.
- Novedades en materia de Urbanismo. Instituto de Estudios Cajasol.
- Formación de P3.express. Instituto de Estudios Cajasol.

21 Mar.

- Hacker Mate: gana la partida a los ciberdelincuentes. Confederación de Empresarios de Cádiz sede Jerez Frontera.
- ¿Cómo ahorrar en costes salariales? <https://masempresas.cea.es/>

1 Abril

- II Foro de Sostenibilidad Tribuna de Andalucía. Economía Azul. Casa de Iberoamérica. Cádiz.

4 Abril

- X Jornada Internacional #3esalud. IFEJA Palacio de Congresos de Jaén.

5 Abril

- EVO NXT 2024. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

13 Abril

- HYROX Málaga 2024. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

17 Abril

- AI TECH SUMMIT 2024. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

25 Abril

- EFPA CONGRESS 2024. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

Si quiere que su evento aparezca en nuestra agenda, mándenos la información al email:
redaccion@tribunadeandalucia.es

Jóvenes emprendedores andaluces



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Cristina Rodríguez es una joven química con especialidad en Formulación cosmética que ha decidido emprender junto al informático Fernando Moreno. Su proyecto Laboratorios Bonodora S. Coop. And. se dedica a la venta de cosmética natural y a la fabricación de productos cosméticos en su propio laboratorio. “Estamos especializados en cosmética natural, enfocándonos en productos sólidos sin plásticos para promover la sostenibilidad. Creímos que era necesario ante falta de opciones sustentables en cosmética, y decidimos innovar creando productos que respeten el medio ambiente, aprovechando nuestra formación en química y el deseo de aportar valor a la sociedad desde Andalucía.”

Para Cristina es su primera experiencia emprendedora a la que llegó por “la ausencia de oportunidades laborales en mi campo y el deseo de aportar a la sociedad desde mi provincia. emprender en Andalucía es esencial

CRISTINA RODRÍGUEZ. LABORATORIOS BONODORA

Emprender en Andalucía es esencial para nosotros

para nosotros, motivados por la calidad de vida y el compromiso con nuestra comunidad. Nosotros no hemos vivido en otro lugar; por tanto, hablando a partir de lo que conocemos, no podemos decir que nuestra tierra sea la mejor, pero creemos que Andalucía es de los lugares en los que mejor calidad de vida hay.”

Estos dos jóvenes que aún no pueden vivir de su negocio planean, en un futuro, expandir su portafolio y explorar mercados internacionales, especialmente en Hispanoamérica. Del emprendimiento valoran positivamente la libertad para innovar y trabajar de forma flexible, y negativamente “la incertidumbre inicial y el desafío de entender el mercado sin experiencia previa.”



Amor a primera vista

JHORDAN GÓMEZ.
TUPLACA



haber montado una impresora 3D en mi vida, ya son 3 años detrás del proyecto”.

“Llevo emprendiendo desde que tengo uso de razón, quizás sea heredado de mi madre o incluso de mi abuelo, pero es algo que llevo innato. Imagino ideas y miles de creaciones que la mejor oportunidad para hacerlas realidad es emprender” relata Jhordan Gómez que ha decidido montar su empresa en un pequeño pueblo andaluz “es cierto que me limita en ocasiones vivir en un pequeño pueblo de 4 mil habitantes, pero también me motiva para poder ofrecerme a los jóvenes para ayudarles a ver más oportunidades más allá de las establecidas durante muchos años. Por lo que me compensa emprender en mi zona, para tener una visión diferente, más cercana y real”.

Tuplaca además de diseñar en 3D realizar trofeos, medallas y merchandising para empresas. También participa en eventos presenciales de ocio digital, tecnología, videojuegos y manga para ofrecer donde imparten talleres. Para Jhordan “el emprendimiento es el mejor camino para hacer realidad todas esas ideas que dan vueltas por tu cabeza, y quizás es el mismo contra, no poder parar de darle vueltas a la cabeza a esas ideas que te quitan el sueño, que te dan estrés e incluso ansiedad, pero la satisfacción que sientes cuando alguna de esas ideas se hacen realidad no tiene precio”.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

TuPlaca es una empresa que se dedica a realizar decoración personalizada en impresión 3D. La historia de esta empresa y de su fundador “fue un amor a primera vista, de esos que sólo ocurren una vez, conocí la impresión a través de un amigo y me enamoré, de repente vi las miles de posibilidades que tenía con esa tecnología y decidí lanzarme a la piscina, sin saber diseñar en 3D y sin

Granada es mi casa y es imprescindible que mi empresa esté aquí también

ADRIANA AMBEL. AMBEL
PUERTAS AUTOMÁTICAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
 “Como el propio nombre indica, nos dedicamos a la instalación de puertas automáticas en hogares, comunidades de propietarios y comercios. Somos expertos en la automatización de todo tipo de puertas y en los sistemas de control de accesos, además disponemos de un servicio técnico especializado para resolver averías”, explica Adriana que ha heredado el oficio de su padre que “es un referente en este sector. Desde pequeña he mostrado interés por su trabajo y me ha enseñado todo lo que sé, por lo que he crecido con la idea de montar mi propia empresa de puertas automáticas, confiaba en que podía tener muchas posibilidades de que funcionase bien y me formé para ello”.

Pero para esta joven emprendedora que cree que “Granada es mi casa y es imprescindible que mi empresa esté aquí también” no todo ha sido fácil “tuve una etapa de muchos cambios en mi vida, fui mamá y estaba trabajando por cuenta ajena. Me sentía muy limitada con la maternidad y



estancada en el trabajo y aunque quizás parecía que no era el mejor momento, eso me impulsó para comenzar con esta nueva ilusión. Siempre he querido tener mi propia empresa y quise hacerlo realidad. Monté mi primer negocio cuando tenía

ocho años, un quiosco de chuches en la puerta de casa, pero oficialmente Ambel ha sido el primero, no me podré comer las puertas y motores que sobren esta vez”.

Para Adriana “la mayor ventaja de emprender es la independencia, la oportunidad de tomar decisiones por mí misma, de tener autonomía. Como mamá establecer mi propio horario y la estructura de mi trabajo es muy importante para encontrar el equilibrio entre la vida laboral y la personal. Ver crecer tu empresa desde cero es una experiencia emocionante y muy gratificante, además del aprendizaje continuo. No quiero darle demasiado protagonismo a las desventajas de emprender, que también conlleva riesgos significativos, la falta de estabilidad laboral y la incertidumbre financiera provoca un alto nivel de estrés constante”.



El expositor de Andalucía en la ITB recibe 38.000 visitantes profesionales, un 56% más que en 2023

► Arturo Bernal destaca que en la feria se ha renovado la imagen del destino entre los operadores alemanes para impulsar este mercado



El expositor de Andalucía en la Bolsa Internacional de Turismo (ITB) de Berlín recibió durante las tres jornadas de la feria unos 38.000 visitantes profesionales, lo que supone un 56% más que en la edición del pasado año 2023, en la que el espacio del destino registró unas 24.000 visitas.

Si se contabiliza sólo la zona de negocio, se El consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, destacó el éxito de la presencia de la comunidad en una de las principales citas turísticas del mundo, resultados positivos que también se reflejan “en la calidad de los contactos de los profesionales andaluces y en el refuerzo del posicionamiento del destino”. En este sentido, explicó que el crecimiento no solo es debido al incremento de la asistencia a la ITB, con cerca de 100.000 asistentes según los datos de la organización, sino que “hemos conseguido atraer una mayor cuota del total de visitantes”, concretamente el 39% frente al 27% del año anterior.

Bernal aseguró que en esta edición del certamen “hemos renovado la imagen de Andalucía, como un destino único y diferencial, que apuesta por las experiencias auténticas y combina modernidad y tradición en segmentos que generan un alto impacto en el destino y contribuyen a la desestacionalización y redistribución del turismo”.

El consejero recordó además que la delegación de la Junta en la feria ha mantenido cerca de medio centenar de reuniones con operadores, agencias de viajes y aerolíneas del sector turístico alemán e internacional, empresas que han corroborado las buenas expectativas del destino para este año.

Entre las citas mantenidas se encuentran reuniones para abordar la mejora de la conec-

tividad de Andalucía tanto con el mercado alemán como con otros emisores internacionales, asunto que se ha abordado con empresas como Wizzair, Condor, Edelweiss, Jet2, Iberia e Iryo.

También se han tenido citas con operadores generalistas, especializados y agencias como DRV, Geotour, Vtours, RT Reisen, TUI, LoveHolidays, ATTA, Karavele, Travel Trade Association o Voyage Privée, intermediarios que confirman la buena sensación del mercado y muestran interés en ampliar productos turísticos de cara al futuro.

A estos encuentros con empresas turísticas hay que sumar unas 30 reuniones con medios de comunicación, así como el contacto con unos 25 periodistas especializados, editores y prescriptores en el IMM de Travmedia, que se celebró en Berlín en la jornada previa al comienzo de la ITB.

Esta cita, en la que Andalucía participó por primera ocasión, permitió posicionar el destino entre profesionales que trabajan tanto para medios tradicionales como para nuevas plataformas de comunicación, como las redes sociales o los podcasts, un soporte en extraordinario auge entre los viajeros alemanes.

Así, se trasladó la oferta de la comunidad entre prescriptores especializados en nichos muy concretos, como turismo arquitectónico, LGBTQ+, viajes largos con estancias al aire libre, cicloturismo, turismo para jóvenes de alto poder adquisitivo o negocios.

La presencia del destino se complementó con la presencia de Andalucía Lab en ITB Tech, junto a cuatro empresas tecnológicas andaluzas; así como con la presentación de la oferta cultural y del flamenco que reunió a un centenar de representantes de la industria turística alemana y que contó con la actuación de Arcángel y Argentina.

ITB EN DATOS

- Aumento en los contactos de los profesionales andaluces, con 21 reuniones de media frente a las 12 contabilizadas en cada caso en la edición previa. Sube además la valoración de la calidad de los contactos, con 8 puntos sobre 10, el fortalecimiento de los ya existentes (8,2) y la rentabilidad en términos de negocio (8,1).

- La totalidad de los empresarios consultados consideró que la presencia del destino en la ITB tiene una incidencia positiva para el turismo en Andalucía, mientras que el 95% opinan que es rentable para los asistentes a la feria y cerca del 60% afirma tener mejores expectativas de negocio que el año pasado.

- Los profesionales no andaluces que visitaron el expositor, de los que más del 75% de ellos operan en los mercados internacionales, otorgaron una calificación de 8 puntos a la calidad de los contactos, 8,2 al fortalecimiento de los ya existentes, 8,1 a la

rentabilidad en términos de negocio y 8 puntos al establecimiento de nuevos contactos.

- Entre estas mismas personas, el 100% destaca la incidencia positiva de la ITB para el turismo en Andalucía y el 64% confirma que cuenta con mejores expectativas de negocio que en 2023.

- El espacio del destino recibió una valoración de 8,5 puntos y 8,3 puntos por los profesionales andaluces y foráneos, respectivamente. Los aspectos más reconocidos fueron la atención y el trato, la calidad de la información, la zona de trabajo y la representación del destino.

- El expositor ha presentado un sobresaliente incremento en la capacidad de retención de los asistentes, pasando de una media de 18 minutos en el pabellón a más de 40 minutos este año, según los datos del sistema de cámaras inteligentes, que también señalan al optimismo, el entusiasmo y la alegría como las emociones predominantes.

El consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal prevé que Andalucía cierre el presente 2024 con cerca de 1,2 millones de turistas procedentes de Alemania, lo que supondría un aumento del 5,5% en relación con 2019, sobrepasando por tanto los niveles máximos registrados en este mercado previamente a la pandemia y alcanzando “un año histórico” en el emisor germano.

Tras un ejercicio como el pasado en el que se registró una subida del 17% en los turistas germanos recibidos, superando el millón, ha recordado la apuesta por incrementar los ingresos, reflejada en una subida del gasto medio de estos viajeros, que se situó en 128,6 euros en 2023, 15 euros más que el año anterior. Este incremento del gasto, unido a una estancia media de 9,8 días, sitúa en 1.700 millones de euros la aportación de este mercado a Andalucía.

Ha mostrado por tanto su convencimiento en que en este ejercicio se consolidará dicha evolución positiva, a tenor de expectativas como las que marca la conectividad aérea, con un 26% más de asientos desde Alemania hacia Andalucía en el primer semestre. Además, ha valorado las primeras cifras en llegadas de este año, con 61.000 alemanes recibidos en enero, un 14,5% más que en el mismo mes de 2023 y un 12,7% más que en 2019.

Además, ha resaltado que Andalucía “crece y lo hace en los segmentos que más nos interesa, a través de la atracción de un nuevo turista alemán que trascienda del sol y playa”, con una inversión superior al millón de euros en más de una veintena de acciones de promoción “dirigidas especialmente al turista alemán joven y a productos muy específicos”.

En este sentido, ha precisado que se contemplan actuaciones “enfocadas a aprovechar nuestras singularidades”, entre las que se en-

La Junta espera superar este año un 5,5% los registros máximos de turistas alemanes de 2019



► Arturo Bernal estima en 1,2 millones las llegadas de este mercado y subraya la apuesta por la desestacionalización y la distribución territorial

cuentran el turismo activo, el de naturaleza y el cultural, con propuestas concretas como la singularidad de Almería, la Vía Verde del Aceite en Jaén, la Ruta del Jerez o la Ruta del Fandango, atractivo este último que tendrá protagonismo en el acto con intermediarios que se celebrará este miércoles en Berlín.

El consejero ha destacado que el turista

alemán “es fiel a Andalucía” y ha recordado el peso que mantiene en el país la turoperación, ya que uno de cada tres viajeros visita la comunidad con paquete turístico. Por este motivo, se incidirá en el contacto con las principales agencias de viajes de Alemania.

En este marco de actuación, ha adelantado que Andalucía acogerá en el próximo año 2025 el congreso de DRV, la mayor asociación de agencias de viajes de Alemania, que celebrará su encuentro anual en Málaga en marzo en lo que será una oportunidad para reforzar el posicionamiento del destino entre los representantes de la demanda germana.

Ha argumentado que, junto a la captación de nuevos viajeros, el objetivo es diversificar en la comunidad los puntos de estancia de estos turistas, así como plantearles propuestas atractivas para visitar nuevos enclaves en años posteriores. “Queremos que el alemán visite y se aloje en un mayor número de municipios andaluces”, ha señalado, para “diversificar la oferta y redistribuir los beneficios económicos y sociales”.

El litoral se mantiene como principal atracción en este emisor, pero se detecta una motivación creciente hacia el interior de la comunidad. Así, ha afirmado que se trabajará en la temporada baja y en la movilidad de los turistas por todo el territorio, ofreciéndoles alternativas para la visita durante todo el año.

Durante la ITB se han mantenido unos 40 encuentros con intermediarios para avanzar en el posicionamiento del destino

Operadores, agencias de viajes y aerolíneas del mercado alemán confirman las positivas expectativas de crecimiento del destino Andalucía en este emisor para el presente 2024, corroborando la recuperación que se prevé en este año y el crecimiento en determi-

nados nichos de público y segmentos.

La delegación andaluza en la muestra ha mantenido alrededor de 40 citas profesionales con los intermediarios germanos, en las que han trasladado la situación del mercado y se han analizado posibles vías de colaboración.

Así, se ha abordado la conectividad aérea de Andalucía con compañías como con Wizzair, Condor, Edelweiss, Jet2 e Iberia. Estas aerolíneas garantizaron su apuesta por Andalucía en su conjunto, respaldo que tiene reflejo con la celebración desde mañana del congreso CAPA en Granada.

Las compañías prevén observar el comportamiento de este año, en el que ya se estima un aumento del 26% en el número de plazas entre Alemania y Andalucía durante el primer semestre, para evaluar las posibilidades de nuevas rutas o incrementos de frecuencia en el futuro. Además, detectan nuevas ventanas de desarrollo en nichos de mercado como los jóvenes alemanes, con una tendencia creciente a la organización de viaje individual. Esta oportunidad coincide con la estrategia promocional de la Consejería, que incide en la Generación Z como los prescriptores actuales y los viajeros de los próximos años.

Por otro lado, también se han mantenido encuentros reuniones con operadores generalistas, especializados y con agencias de viajes germanas, entre las que se encuentran Geotour, Vtours, Gebeco o RT Reisen, que coinciden en las buenas sensaciones del mercado en este ejercicio y muestran interés en la ampliación de productos turísticos en próximas temporadas.

De igual manera, con el objetivo de diversificar los emisores del destino, la delegación andaluza ha contactado durante la feria con operadores no alemanes, como Jet2.com, TUI, LoveHolidays, cuarto operador británico; ATTA, asociación internacional de agencias de turismo activo; Voyage Privée y Karabele, dirigidas a un público de alto nivel adquisitivo.

Estos intermediarios, junto a los medios de comunicación especializados que se han atendido, muestran una elevada concienciación sobre los viajes respetuosos con el entorno, demandando así destinos relacionados con la naturaleza y la cultura del interior de Andalucía.

Por otro lado, el director general de Turismo ha participado también en la presentación de Sevilla como destino anfitrión de la convención global de la Asociación Internacional de Viajes LGBTQ+ (IGLTA), que celebrará su encuentro mundial en la capital hispalense en 2026.

Se trata de la segunda cita internacional de relevancia que anuncia durante la ITB su próxima celebración en Andalucía, tras la confirmación ayer del congreso de la asociación de agencias de viajes de Alemania DRV, que tendrá lugar en Málaga en marzo de 2025.

Contenido ofrecido en colaboración con la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.





Andaluces Compartiendo ayuda a más de 12.000 familias con 225.000 kg de alimentos



Andaluces Compartiendo', el programa de Responsabilidad Social Empresarial impulsado por LANDALUZ, Fundación Cajasol y la Fundación "la Caixa", ha realizado una donación de más de 225.000 kilos de alimentos para las familias más necesitadas.

De esta forma, más 20 empresas se han unido bajo el programa Andaluces Compartiendo para hacer llegar a las familias producto de primera necesidad como aceites, leche, conservas de pescado, conservas vegetales, legumbres y un largo etcétera. Entre otras han participado COVAP, Mercadona, Panadería Obando, Ybarra, Puleva, Acesur, Aceitunas Gua-



dalquivir, Huerta Campo Rico o Legumbres Pedro, entre otras.

A la entrega de la donación asistieron Mamen Martín, responsable de Acción Social de Caixabank; el secretario general de LANDA-

LUZ, Miguel Ángel Jiménez y Yolanda López, delegada en Andalucía de la Fundación "la Caixa" y Mercedes Camacho, gestora de actividades de la Fundación Cajasol. Los responsables coincidieron en

la importancia que tiene este programa para facilitar la ayuda de las empresas andaluzas.

De esta forma, más de 210 entidades sociales de las provincias de Huelva, Cádiz, Córdoba y Sevilla se beneficiarán de un programa que no deja de crecer y al que cada año se suman nuevas empresas para ayudar a los que más lo necesitan.

Esta iniciativa, puesta en marcha por la Fundación Cajasol, la Fundación "la Caixa" y LANDALUZ nació como respuesta a la última crisis económica en España y siendo muy importante su ayuda para las familias más necesitadas, en estos momentos su actividad se muestra imprescindible para quienes requieren ayuda urgente para poder alimentarse adecuadamente. Cualquier ámbito es idóneo para ir sumando eslabones a esta cadena de solidaridad, cada vez más larga y fuerte, poniendo en valor la Responsabilidad Social Corporativa a través de 'Andaluces Compartiendo'.



El presidente de la FAMP, José María Bellido, en los Encuentros Informativos



El presidente de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP) y alcalde de Córdoba, José María Bellido, ha protagonizado en Sevilla los Encuentros Informativos de Europa Press Andalucía en colaboración con la Fundación Cajasol.

Al acto, conducido por Francisco Morón, delegado de Europa Press Andalucía, han asistido, entre otras personalidades, José Antonio Nieto, consejero de Justicia, Administración Local y Función

Pública; Ana María Mestre, vicepresidenta primera del Parlamento de Andalucía; José Luis Sanz, alcalde de Sevilla; Ricardo Sánchez, delegado del Gobierno de la Junta de Andalucía en Sevilla; y un nutrido grupo de representantes del gobierno regional, el Parlamento de Andalucía, el mundo empresarial y los agentes sociales.

Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol, ha dado la bienvenida señalando que «con la presidencia de José María Bellido se abre una nueva etapa, un cambio de ciclo en la institución derivado de las últimas elecciones locales». Una «nueva hoja de ruta marcada por la llamada a la unidad del municipalismo en defensa de las reivindicaciones históricas de los pueblos y ciudades de nuestra tierra», que «coinciden con la apuesta principal de la Fundación Cajasol», ha añadido.

Ramón Fernández-Pacheco, consejero de Sostenibilidad, Medio Ambiente y Economía Azul y portavoz del Gobierno andaluz, ha

sido el encargado de presentar al presidente de la FAMP, destacando que «es uno de los mejores alcaldes que tiene España, un magnífico representante de la política municipal andaluza y española» y, «a nivel personal, un hombre sensato, generoso, siempre con una sonrisa, y siempre que habla lo hace en positivo».

El consejero de Sostenibilidad se ha referido a la amistad que mantiene con Bellido, recordando cómo «la coordinación de la pandemia desde el municipalismo nos acercó, no sólo como alcaldes preocupados que éramos en aquel momento en dar la solución a nuestros vecinos, sino también la oportunidad de conocernos bien y compartir experiencia al frente de dos capitales andaluzas, en Córdoba y Almería».

«Hace la política desde la generosidad y el sentido común. Detecta los problemas y no para hasta dar una solución. En Córdoba, la gente le cuenta sus problemas porque confía en él para que aporte soluciones», ha enfatizado.

José María Bellido ha comenzado su intervención narrando que aceptó la presidencia de la FAMP «con un compromiso inquebrantable con los ciudadanos y las ciudadanas andaluzas, porque trabajamos para mejorar su calidad de vida». «Andalucía no se puede entender si no es desde los municipios y las entidades locales. Mi única forma de entender la política es abrir espacios de consenso», ha afirmado.

El presidente de la FAMP ha destacado que uno de sus primeros logros en la asamblea de la entidad es que esta «logre los acuerdos por unanimidad» y ha explicado que «para propiciar esos espacios de consenso y hacerlo desde la pluralidad de partidos, en la organización de las 16 comisiones de trabajo que abarcan todos los aspectos, hemos hecho que las presidencias se repartan proporcionalmente a la representación de los partidos, pero, sobre todo, que haya pluralidad» estableciendo que presidencia y vicepresidencia la ostenten representantes de distintos partidos.

En cuanto a sus objetivos como presidente de la Federación, ha señalado que uno de los pilares es la financiación local. «La voluntad que tenemos desde lo municipal de colaborar en la mejora de nuestros municipios tiene que venir acompañada de la correspondiente financiación. Es financiación para mejorar la calidad de vida y para servicios públicos», ha declarado.

En este sentido, ha manifestado que trabaja guardando un «debido equilibrio entre la lealtad institucional entre ayuntamientos y el gobierno autonómico, y el de la justa reivindicación cuando es necesario» y ha asegurado que ambas instituciones ya se encuentran trabajando «codo con codo» en cuestiones clave como la gestión del agua.

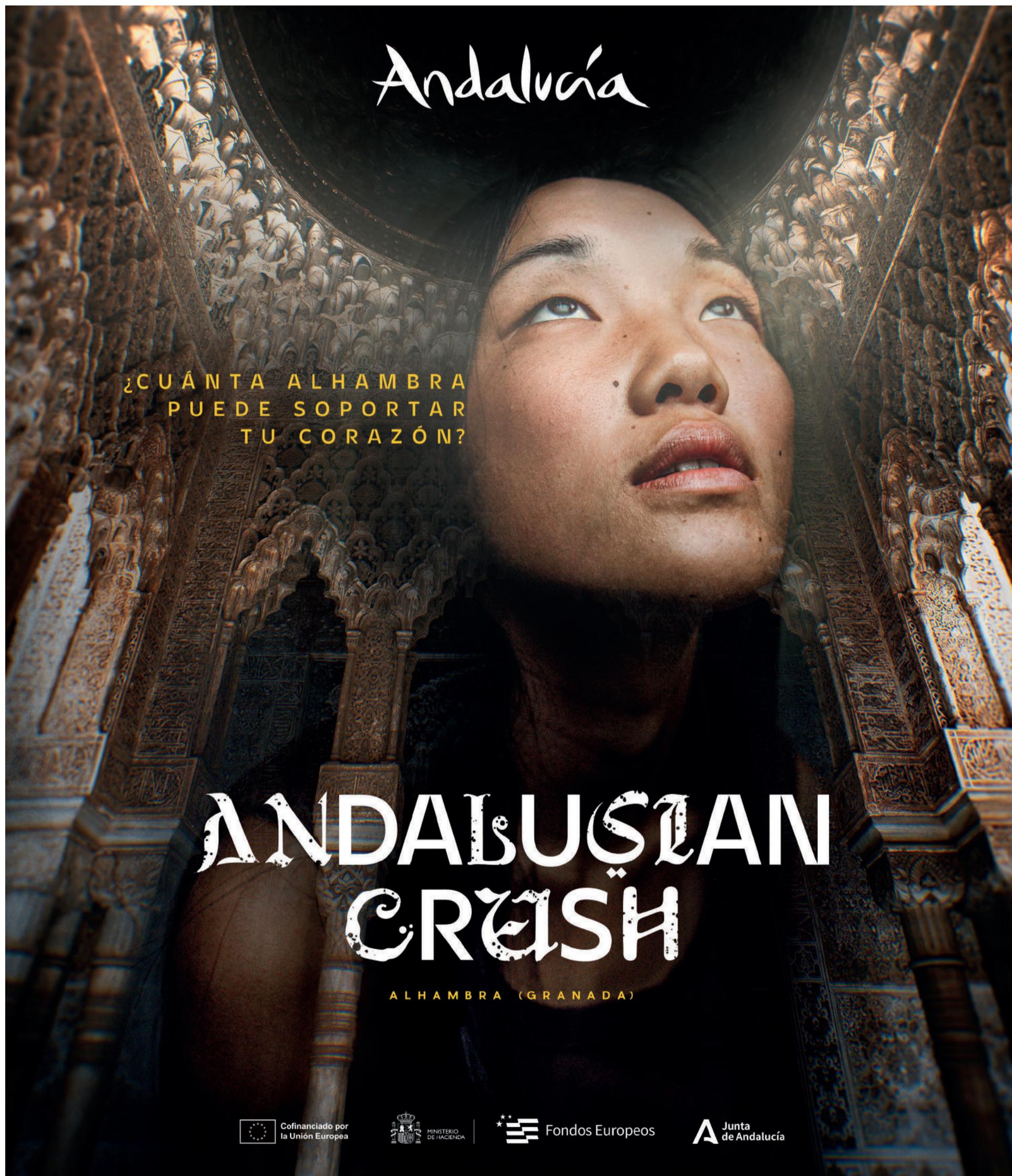


Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

Andalucía
direccion@tribunadeandalucia.es
redaccion@tribunadeandalucia.es
publicidad@tribunadeandalucia.es

MARZO MMXXIV



Andalucía

¿CUÁNTA ALHAMBRA
PUEDE SOPORTAR
TU CORAZÓN?

ANDALUSIAN CRASH

ALHAMBRA (GRANADA)

Cofinanciado por
la Unión Europea

MINISTERIO
DE HACIENDA

Fondos Europeos

Junta
de Andalucía