



Ignacio Álvarez-Ossorio (*Puertos de Andalucía*): "Los puertos autonómicos están en la senda de dar el salto definitivo al siglo XXI" **P30**



Eugenio Mediavilla (*Baylog*): "Baylog ofrece cualquier tipo de servicio logístico" **P35**



Fernando Montejo (*End to End*): "En End to End Logistic lo más importante es la seguridad" **P36**



Gábor Higuera (*TransPiedra*): "TransPiedra prioriza por encima de todo el cumplimiento de la normativa vigente" **P43**



Fátima Esteban (*I.P.S.S.*): "Más escalas, más transportes y más empleo: el balance positivo de una empresa en auge" **P44**

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

MARZO MMXXV | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES

Lorenzo Amor: "Lo que nos separa a los autónomos del resto de los trabajadores nos convierte en ciudadanos de segunda"

P2



ENTREVISTA.

PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES TRABAJADORES AUTÓNOMOS (ATA) Y VICEPRESIDENTE DE CEOE

NUEVA ECONOMÍA

Augusto Jannone. *Presidente de Prosevillaport*
El Puerto de Sevilla y su singularidad **P17**



Antonio Rivero. *Periodista. Director de Grayling Andalucía*
Los asuntos públicos, asignatura pendiente de algunas empresas de gran alcance **P19**



Gema Pérez. *Tesorera Fame. Gerente Grupo Iberian*
La importancia del Puerto de Algeciras para el desarrollo del Campo de Gibraltar **P24**



Ana Jáuregui. *Vicepresidenta de COGITI y Decana de COGITISE*
El mar en el corazón de Andalucía **P26**



ENTREVISTA.

PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN CAJASOL



Antonio Pulido: "La Fundación Cajasol quiere ser una institución importante a nivel nacional"

P4

Nace la Confederación Andaluza de Comercio **P6**



Macarena Gutiérrez, nueva Consejera Delegada de Atlantic Copper **P7**



El grupo Ly Company Group-Aqualy entre las 100 empresas de crecimiento más rápido de Europa **P8**

ESPECIAL PUERTOS

ENTREVISTA

LORENZO AMOR

PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES TRABAJADORES AUTÓNOMOS (ATA) Y VICEPRESIDENTE DE CEOE



Lorenzo Amor: “El reto de esta Junta Directiva es poner la A de autónomos en el centro de la E de España”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Acaba de celebrarse la Asamblea donde ha sido reelegido con un apoyo masivo. Le damos por ello la enhorabuena.

Muchísimas gracias. Lo cierto es que nuestros estatutos permiten que, tanto el presidente como la Junta Directiva, puedan ser elegidos por aclamación, al ser la única candidatura, pero yo quería que hubiese urnas porque quería saber cuál era nuestro apoyo real. La organización está compuesta por más de 300 organizaciones, representa más de 800.000 autónomos. Aunque ostentamos 61% de la representatividad total en España.

Ha habido 500 compromisarios en la Asamblea y teníamos que conocer qué pensaban. De esos 500 compromisarios votaron 428 y salieron 406 votos a favor de nuestra candidatura. Yo creo que eso es un respaldo muy importante, no solo hacia mí, sino a toda la gestión que se ha venido haciendo en favor de los autónomos.

Cuando hay gente que a veces dice que no hacemos nada hay que recordarles que ha habido más de 80 acuerdos sociales y políticos con administraciones de todo signo en los últimos 30 años, desde que se fundó ATA en 1995. Pero, a lo largo de mi legislatura, ha habido más de 100 medidas entre todas las administraciones tomadas a favor del autónomo.

Con respecto a la mujer, cuando yo empecé como trabajador por cuenta propia, la autónoma no cobraba la baja de maternidad. Hoy una mujer autónoma tiene prácticamente los mismos derechos que una mujer asalariada. Es verdad que hay que dotarla de más protección de cara a la gestación y de cara incluso a la maternidad y la lactancia, pero estamos en el camino. Otros aspectos que todavía hay que mejorar importantes para ellas es que los autónomos no tenemos derecho al trabajo a tiempo parcial.

Sí hemos conseguido la prestación baja por enfermedad a partir del cuarto día, la supresión del impuesto de actividades económicas, el acceso a las coberturas por riesgo profesional, accidente de trabajo, in itinere y enfermedad profesional. Hemos tenido tarifa plana y cero. Tenemos derecho a la jubilación anticipada, a la compatibilización del trabajo y la pensión. Durante el COVID, o los afectados por el volcán de la Palma, por ejemplo, más de un millón y medio de autónomos pudieron cobrar la prestación por cese de actividad.

Pero todavía queda mucho por hacer para solucionar los problemas de los autónomos. Hay que Escucharlos, Entenderlos y Eliminar todo aquello que les impide realizar su actividad. El reto de esta Junta Directiva es poner la A de autónomos en el centro de la E de España. Porque si queremos que España crezca y sea un país próspero, con empleo

y bienestar social hay que pensar que nuestro tejido empresarial está conformado por miles de los autónomos. Si apoyamos a los autónomos y las autónomas, a España y a cualquier territorio de nuestro país, le va a ir bien. Ese es nuestro reto. Lo que nos separa a los autónomos del resto de los trabajadores nos convierte en ciudadanos de segunda.



La lealtad institucional y el diálogo social tiene que seguir siendo nuestra meta y no tenemos que perder nuestro carácter reivindicativo que siempre nos ha caracterizado

Quedan cinco años por delante. ¿Cuáles cree usted que van a ser los principales retos a los que se va a enfrentar su organización?

ATA tiene que ser el nexo de unión de todos los autónomos. Tenemos que crecer y llegar a todos los rincones, fortalecernos como organización, adaptarnos a las nuevas necesidades de los autónomos: digitalización, sostenibilidad e inteligencia artificial. Tenemos que ser una organización también que escuche, consensúe y pacte con las administraciones. La lealtad institucional y el diálogo social tiene que seguir siendo nuestra meta y no tenemos, por ello, que perder nuestro carácter reivindicativo que siempre nos ha caracterizado. Es inadmisibles, por ejemplo, que en estos momentos un autónomo con 52



años que agote su cese no tenga un subsidio como lo tiene un trabajador asalariado.

Es inasumible que, en estos momentos, el 60% de las prestaciones por cese de actividad se denieguen. No puede ser que un autónomo que cumpla la edad legal de jubilación se le deniegue el cobro de una pensión porque tenga una pequeña deuda con la Seguridad Social.

ATA ha sido siempre una organización reivindicativa pero no por eso ha dejado de contar con el apoyo y el respeto de todos los partidos y gobiernos, pero ahora se enfrenta a un reto para la eliminación de la excesiva burocracia, entre otras cosas, ¿no es así?

Si nosotros escribiéramos el BOE o cualquier boletín oficial de una comunidad autónoma, las cosas hubieran cambiado hace mucho tiempo, pero no lo manejamos nosotros, lo manejan las administraciones y los representantes políticos. Por eso tenemos que escuchar, entender y que los políticos nos escuchen y nos entiendan a nosotros. Por ejemplo, ahora mismo hay una mesa que se está celebrando con un tema que preocupa mucho a los autónomos, que es la ciberseguridad. Nos están inculcando que hay que digitalizarse y es muy importante

la digitalización para el autónomo, porque es un ahorro de costes y mejora su competitividad, pero toda digitalización lleva un riesgo y en este tema las administraciones tienen que prestar una especial sensibilidad hacia un colectivo cuyos datos están en un teléfono con los riesgos que eso supone. Si las organizaciones nos tenemos que gastar un dineral todos los años en políticas de ciberseguridad, cómo puede afrontar eso un autónomo.

Por eso es importante que, en la CEOE, esté integrado todo CEPYME, que es pequeña y mediana empresa y también los autónomos. Todos estamos en esa casa. Hay empresas y empresarios de muchos tamaños, pero los problemas muchas veces son prácticamente los mismos.

Acaba de entrar en vigor una subida del salario mínimo interprofesional y ahora se debate una reducción de la jornada laboral, que afectará irremediablemente a los autónomos. ¿Cómo se vive esto dentro del colectivo?

En España hay 3.300.000 autónomos y de ellos 1 millón tienen trabajadores a su cargo. La reducción de jornada va a ser un hachazo para muchos autónomos. Cuando se contrata a un trabajador hay un convenio que marca las subidas anuales, pero, si de repente hay una decisión política que incrementa tus gastos por la subida del salario y la reducción de jornada se hunde toda tu planificación anual. El daño para autónomos y pequeñas empresas va a ser muy importante y se va a traducir en que no va a haber nuevas contrataciones.

Lo vemos porque el empleo crece en España, pero se destruye empleo entre los autónomos con trabajadores a su cargo. Se han perdido 46.000 empleadores en el último año. Cuesta mucho que los políticos se sensibilicen sobre estos asuntos.

Otro de los aspectos que nos afectan negativamente son las trabas burocráticas. En este sentido hay comunidades que han tomado nota como Andalucía y eso se ve

reflejado en la buena marcha de las cifras de autónomos.

Antes, en el CIS, a los autónomos les preocupaba el terrorismo, el paro, las cotizaciones, los impuestos, pero cada vez más, entre las principales preocupaciones de los autónomos está la gran cantidad de trámites que tiene que hacer por todas las normativas y leyes que van saliendo. En España somos campeones de la burocracia. Somos campeones en poner trabas, zancadilla, en exigir trámites, en exigir normas.

“En España somos campeones de la burocracia. Somos campeones en poner trabas, zancadillas, en exigir trámites, en exigir normas”

¿Cuáles son los objetivos que se marca para este 2025 y los que se plantea a un plazo más largo?

Ahora mismo estoy muy preocupado porque el único segmento de edad que decrecen los autónomos está entre los 30 y los 45 años y el 90% de ese crecimiento de decrecimiento o pérdida de autónomos en ese tramo de edad corresponden a las mujeres. Es muy complicado ser madre y autónoma.

Voy a ser muy reivindicativo en este tema. Hay que ayudar a la autónoma a ser madre y hay que ayudar a las madres autónomas, a ser autónomas. Asimismo, la ciberseguridad copará gran parte de nuestros esfuerzos.



Antonio Pulido: “Debemos estar en determinadas instituciones a nivel nacional para que la voz de Andalucía se oiga”



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Qué balance hace usted de la labor de la Fundación Cajasol durante este 2024? Tenemos la impresión de que cada año se incrementa su actividad en todas las sedes de las que dispone en Andalucía.

Yo creo que esto se debe al equipo de Cajasol, tanto a al equipo directivo, como a los empleados, al propio Patronato y también a todas las asociaciones e instituciones con las que tenemos una colaboración constante. Yo estoy contento, estoy satisfecho por la labor y el desarrollo de la Fundación, porque la veo que está íntegra, que está integrada en toda la sociedad andaluza, que nos ven como un referente, que hay reciprocidad, es decir, cosas que nos traen, que vienen aquí y cosas que nosotros proponemos hacer también con instituciones, con asociaciones, con hermandades, con asociaciones empresariales.

Esta es una organización en la que hemos conseguido algo que es muy importante, que es capilaridad, mucha capilaridad con la sociedad en todos los sectores sociales y algo que yo creo, en una institución como esta, es muy importante, y es la pluralidad.

Nosotros intentamos que aquí venga todo aquel o aquella que tiene que decir algo, siempre desde el respeto y con valores que, como institución, tenemos que transmitir. Y uno de ellos, por supuesto, es el del respeto, la reflexión, el diálogo y buscar zonas en común y no propiciar la confrontación.

Yo espero que la Fundación Cajasol siga siendo durante mucho tiempo un lugar de encuentro.

Este año la sede principal de la Fundación, en la Plaza de San Francisco de Sevilla, cumple 500 años. ¿Cómo lo van a celebrar?

Queremos aprovechar para poner de manifiesto todas las actividades de nuestra entidad, celebrarlo de alguna forma con todas esas asociaciones, instituciones que colaboran de alguna forma de nosotros. Debemos recordar lo que venimos haciendo y, de alguna forma, proyectar también el futuro para, no voy a decir para los próximos 500 años, pero para los próximos 100 sí.

Aunque esta sede en Sevilla sea como el buque insignia de la Fundación Cajasol, tienen actividades por toda Andalucía consiguiendo esa capilaridad y deslocalización que mencionaba.

Nosotros venimos de una entidad financiera que era líder en Cádiz y en Huelva. En Sevilla teníamos mucha vinculación también con la provincia, con muchas oficinas, aunque no éramos líderes. Éramos los segundos en la provincia de Córdoba y hoy que pretendemos, fundamentalmente, que esto se vea como una institución a nivel andaluz, aunque tenemos más sedes físicas en Andalucía Occidental que en Andalucía Oriental. Poseemos sede en Cádiz, en Jerez, en Huelva, en Córdoba, en Sevilla. Tenemos mucha vinculación también con Granada, Málaga, Almería, Jaén. Realizamos muchas colaboraciones con entidades que nos hace desarrollar nuestra obra social y cultural y también nuestros vínculos económicos, con el resto de las provincias.

Por tanto, somos una entidad básicamente andaluza, con una actividad por todo Andalucía, pero la Fundación Cajasol quiere ser una institución importante a nivel nacional. Nosotros sabemos que debemos estar en determinadas instituciones a nivel nacional para que la voz de Andalucía se oiga allí y que también la voz de esas instituciones se escuche en Andalucía. Participamos en el Teatro Real, en el Museo

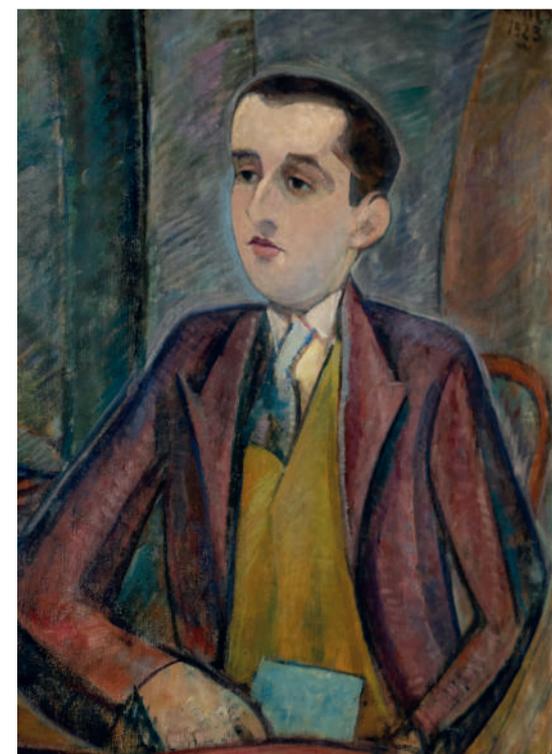
del Prado, en la Real Academia Española de la Lengua, en la Residencia de Estudiantes, en organizaciones como COTEC, como el Instituto Elcano, en la Fundación Albéniz, por mencionar algunas.

Un dato interesante es que esta fundación, sus actividades y su idiosincrasia, sobrevive a pesar de los cambios políticos. ¿Es difícil mantenerse en una posición neutral ante los cambios políticos?

Nosotros, por encima de todo, somos institucionales, es decir, estamos con la Junta de Andalucía gobierne quien gobierne, y digo con la Junta de Andalucía, como con el Ayuntamiento de Sevilla, el Ayuntamiento de Cádiz o el Ayuntamiento de Huelva, con todas las instituciones, esté quien esté.



Nosotros tenemos cuatro grandes pilares: La acción social, que es fundamental para nosotros, y cada vez coge más importancia y peso la acción cultural. Pero las otras dos patas fundamentales de la mesa son la formación y el emprendimiento



Esa es nuestra obligación. Las actividades que realizamos son abiertas y plurales. La Fundación es un espacio de foro, un ágora de reflexión sobre temas importantes. Hace muy poco hemos tenido unas Jornadas de las Letras en Sevilla, la 10.ª edición y yo creo que ha sido todo un éxito por la repercusión que ha tenido y por el éxito de público. Aquí han coincidido personas de todos los partidos políticos y los debates han estado coordinados por periodistas de diferentes medios.

Yo creo que esta institución se brinda siempre para que las instituciones la aprovechen, porque en un espacio para fomentar el sosiego y la reflexión, porque la sociedad necesita de ese tipo de espacios, necesita de ese tipo de valores y de ese tipo de práctica. Y, además, nosotros no queremos, por lo menos mientras que yo sea el presidente de esta institución, tener un señalamiento claro con nadie. Lo que sí tenemos claro es que es una entidad que sobre todo tiene que ser institucional.

En la Fundación concurren a lo largo del año citas muy importantes. Hay un marcado apego también a la Semana Santa, a los tiempos de feria. La Navidad. ¿Cuáles van a ser los hitos importantes en este 2025?

Nosotros tenemos cuatro grandes pilares. La acción social, que no la olvidamos, es fundamental para nosotros, y cada vez coge más importancia y peso la acción cultural. Pero las otras dos patas fundamentales de la mesa son la formación y el emprendimiento.

Ofrecemos una formación muy específica desde el Instituto de Estudios Cajasol, una escuela de negocio que la llevamos muy a gala. De ahí nuestras relaciones con las organizaciones empresariales y con el ámbito empresarial, porque también creemos que, aparte de acción social y cultura, hace falta crear aquellos mecanismos para que la riqueza se impulse, para que haya más riqueza. Y eso es también a través de una formación de excelencia y también del emprendimiento. Esos son nuestras pautas fundamentales.

Yo espero que la acción social vaya a menos porque eso significará que hay menos necesidad. La acción cultural es



cada vez más variopinta y variada, y seguiremos haciendo cosas nuevas.

Y una parte muy importante para nosotros son las tradiciones, nuestra cultura, la Semana Santa, el Rocío, la Feria. Aquí se desarrolla, por ejemplo, un desfile de moda que se llama Emprende de Lunares, con lo que estamos apoyando nuevos emprendedores, apoyando lo que es parte de nuestra cultura. No son diseñadores o diseñadoras ya consagrados.

Muchos objetivos de la Fundación, cada año más. Pero ¿Cuáles son sus objetivos como Presidente?

Mi objetivo es seguir dando cada vez un mejor servicio. Nosotros no tenemos clientes, pero posiblemente el concepto de cliente sea aplicable, es decir, tenemos usuarios y a ellos se les da un mejor servicio, de mejor calidad, de más cercanía, debemos ir mejorando eso y desarrollando la Fundación en las líneas que he comentado.

Yo le digo siempre al equipo que hay que

diversificar todos los años. Que cada año un veinte o veinticinco por ciento de las cosas tienen que ser nuevas, tienen que ser innovadoras.

Y un tema muy importante es que, en este año 2025, vamos a ser concesionario de las Atarazanas de Sevilla, un edificio

emblemático del siglo XIII que ha sido referencia durante todos estos siglos, y que tuvo mucho que ver con la llegada de los españoles a América y ahora se va a convertir en un edificio de acción cultural extraordinario. Yo quiero que sea un edificio que se convierta en un foro, un espacio donde seamos capaces de seguir desarrollando, impulsando todo lo que ha sido nuestra historia con América y podamos en fomentar lazos a nivel empresarial, a nivel cultural y a nivel social.

Este es un objetivo muy importante para el año 2025 en el que ya estamos trabajando muy a fondo, ya hemos encargado todo lo que puede ser el programa y eso, sin duda, es un hito muy importante para nosotros en el que vamos a poner toda nuestra capacidad, nuestro esfuerzo. Tendemos que multiplicarnos para gestionar un espacio que hasta ahora no teníamos y que va a implicar relaciones internacionales fundamentalmente con América de origen hispano y espero que sea un éxito.

Yo estoy muy ilusionado en el proyecto de las Atarazanas porque es un proyecto de mucha envergadura. Es propiedad de la Junta de Andalucía, la cual nos está apoyando y ayudando mucho y donde La Caixa ha invertido también una parte en lo que es la reforma de la infraestructura. Nosotros vamos también a participar en terminar la infraestructura, pero sobre todo nuestra misión es gestionarlo durante 25 años.

“Vamos a ser concesionario de las Atarazanas de Sevilla, un edificio emblemático del siglo XIII que ha sido referencia durante todos estos siglos, que tuvo mucho que ver con la llegada de los españoles a América y que se va a convertir en un edificio de acción cultural extraordinario”





El comercio andaluz da un paso clave en su representación con la firma del acta fundacional de la Confederación Andaluza de Comercio (CAC), constituida esta mañana en la sede de la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES). Esta nueva patronal nace con el objetivo de coordinar, representar y defender los intereses del sector comercial en la región.

El acuerdo ha sido suscrito por las principales organizaciones provinciales de comercio en Andalucía, entre ellas ASEMPAL-Almería, FEDECO-Cádiz, HUELVA COMERCIO, MÁLAGA COMERCIO y APROCOM-Sevilla, representadas por sus respectivos presidentes: Luis Escámez Martín, Manuel Luna Verdugo, Antonio Gemio Gallego, Lorena García Claros y Tomás González Rodríguez. En el mismo acto, se ha designado a Manuel Luna como presidente de la CAC.

"Hoy marcamos un hito para el comercio andaluz y para quienes lo hacemos posible con esfuerzo y dedicación. La CAC nos permitirá consolidar un espacio de representación y trabajo conjunto para miles de empresarios y comerciantes que

Nace la Confederación Andaluza de Comercio

► Los presidentes de la patronales de comercio de Almería, Cádiz, Huelva, Málaga y Sevilla firman el acta de constitución de la nueva patronal del comercio andaluz

dinamizan nuestras calles, generan empleo y sostienen la economía local", destacó Luna.

El nuevo presidente ha subrayado la importancia de sumar esfuerzos entre comerciantes, empresarios, administraciones públicas y agentes sociales para impulsar un modelo de comercio innovador y dinámico, capaz de afrontar los desafíos de las próximas décadas. "Nos enfrentamos a una transformación en la que la digitalización y la globalización han cambiado las reglas del juego. Nuestro reto es adaptarnos sin perder nuestra esen-

cia, innovar sin dejar atrás nuestra cercanía y competir sin renunciar a la calidad y al trato humano. La CAC nace con la determinación de modernizar el sector sin perder su identidad", afirmó.

Durante el acto, el presidente de la CES, Miguel Rus, ha puesto en valor el papel fundamental del comercio en la economía andaluza, destacando su contribución al crecimiento empresarial, la generación de empleo y el dinamismo de las ciudades. Asimismo, ha resaltado la importancia de fortalecer la competitividad del sector y su capaci-

dad de adaptación en un entorno en constante evolución. También ha reconocido el esfuerzo diario de los comerciantes, cuyo trabajo impulsa la economía local y el desarrollo de Andalucía.

Objetivos de la CAC

La CAC trabajará en la representación y defensa de los intereses del sector ante la sociedad, la Administración y los órganos autonómicos, además de coordinar estrategias y asesorar a sus asociados en cuestiones clave para el comercio en Andalucía. Con este propósito, busca impulsar cambios en el marco regulatorio que favorezcan un entorno más equilibrado y competitivo, garantizando la convivencia entre distintos formatos

comerciales y atendiendo a criterios de interés general como la preservación del entorno urbano, el acceso a una oferta comercial variada y la protección del medio ambiente.

Entre sus prioridades, destaca la necesidad de regular la implantación de grandes superficies comerciales para evitar su impacto negativo en los centros urbanos, así como establecer límites más estrictos en los calendarios comerciales, asegurando que la apertura en festivos responda a criterios justificados.

Asimismo, la CAC defiende la puesta en marcha de políticas de apoyo a las pymes comerciales, fomentando el asociacionismo, la modernización tecnológica y la renovación de establecimientos. También aboga por impulsar planes de formación y medidas que faciliten el relevo generacional en el sector.

Otro de sus ejes estratégicos es reforzar la unidad del sector, promoviendo la adhesión de todas las provincias andaluzas a la Confederación. Finalmente, apuesta por la creación de un Observatorio Comercial de Andalucía, gestionado por una entidad independiente, que proporcione datos fiables para el diseño de políticas basadas en un conocimiento riguroso de la realidad comercial.



Macarena Gutiérrez, nueva Consejera Delegada de Atlantic Copper

El Consejo de Administración de Atlantic Copper ha nombrado a Macarena Gutiérrez como su nueva Consejera Delegada, convirtiéndose en la primera mujer en ocupar este puesto en la historia de la Compañía. Gutiérrez, hasta ahora directora general, sustituye a Javier Targhetta, quien, tras 35 años en el cargo, asume la presidencia del Consejo de Administración la empresa. Durante su gestión, Targhetta ha consolidado a Atlantic Copper como un referente mundial en la producción sostenible de cobre refinado.

“Es un orgullo continuar el camino emprendido por Javier Targhetta durante estos 35 años, del que destaco su gran liderazgo y profesionalidad al frente de Atlantic Copper y agradezco enormemente la oportunidad que me brinda tanto Javier como Free-

► **Tras 35 años liderando la compañía metalúrgica, Javier Targhetta será el nuevo Presidente del Consejo de Administración de la empresa onubense**

port. Me hago cargo de la dirección de una empresa fuerte, con un equipo muy comprometido con el que afrontar los grandes retos del futuro donde la innovación, la sostenibilidad y la digitalización serán herramientas imprescindibles para impulsar los cambios necesarios para competir en un entorno global, complejo y en constante evolución”, ha señalado Macarena Gutiérrez.

“Estoy muy contento por este nombramiento de Macarena como Consejera Delegada de Atlantic Copper para liderar esta nueva etapa. Su profundo conocimiento de la Compañía y del sector,

sumado a su visión estratégica, hacen de ella una líder ideal para afrontar los grandes retos que Atlantic Copper tiene por delante y alcanzar cotas de excelencia aún más altas.

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Freeport y especialmente a Richard Adkerson, Presidente del Consejo de Administración de Freeport-McMoRan, y a Kathleen Quirk, CEO de Freeport-McMoRan, por la confianza que siempre depositaron en mí y por el gran apoyo que de manera permanente han brindado a Atlantic Copper”, ha comentado Javier Targhetta.

Adicionalmente, Macarena es Consejera Independiente de DKV Seguros y ha sido consejera de varias startups en el sector inmobiliario y tecnológico. Forma parte del Patronato de la Fundación Atlantic Copper y de la Fundación DKV Integralia y es miembro de la junta directiva del Instituto Español de Analistas de la delegación de Andalucía.

El legado de Javier Targhetta

Javier Targhetta, ingeniero de Minas y diplomado en Alta Dirección de Empresas por el IESE, ha liderado Atlantic Copper desde 1990. Desde 2005, ha compatibilizado su cargo en Atlantic Copper con el de Senior Vice President de Marketing y Ventas de Freeport-McMoRan, asumiendo la responsabilidad de las ventas mundiales de concentrado de cobre.

Targhetta es presidente de Primigea y de la Fundación Minería y Vida, así como vicepresidente de Fortia Energía. A lo largo de su carrera ha presidido la Empresa Nacional Elcano, la Compañía Trasatlántica Española, la Asociación Española de Grandes Consumidores de Energía (AEGE), Eurومتaux y el Instituto Europeo del Cobre y ha formado parte de los consejos de administración de prestigiosas empresas del sector químico y metalúrgico.

Por su contribución a la industria y al desarrollo socioeconómico de Huelva y Andalucía, Targhetta ha sido distinguido con la Medalla de la Ciudad de Huelva y la Medalla de Andalucía.

Un liderazgo con visión estratégica

La nueva Consejera Delegada asume el cargo, que será efectivo el 1 de abril, en un momento clave para el sector de las materias primas a nivel global, con el compromiso de impulsar el futuro de la Compañía hacia un modelo empresarial innovador, más diversificado y digital con el objetivo de reforzar el papel de Atlantic Copper en la producción de metales esenciales para afrontar los grandes desafíos de la transición energética y la digitalización.

Macarena Gutiérrez es licenciada en Ciencias Empresariales y Diplomada en Desarrollo Directivo y en Consejos de Administración, ambos en el IESE. Inició su carrera en Deloitte en 1993, en el área de Auditoría. En 1997 se incorporó a Atlantic Copper como jefa de Control Financiero y, cuatro años después, fue nombrada directora de Planificación y Control. En 2005 asumió la Dirección General Económico-Financiera y, en junio de 2022, fue designada directora general de la Compañía.

En reconocimiento a su trayectoria, en 2022 fue incluida en la lista 100 Global Inspirational Women in Mining, que distingue a las mujeres más influyentes en la industria minera y metalúrgica a nivel mundial.

Sobre Atlantic Copper

Atlantic Copper es la mayor productora de cobre y de ácido sulfúrico de España, con una facturación en el 2024 de más de 2.800 millones de euros, mayor empresa industrial de Andalucía y que genera en torno a 2.500 empleos directos, indirectos e inducidos. Freeport-McMoRan, que cotiza en la bolsa de valores de Nueva York y está a la cabeza del ranking mundial de productores de cobre, es el primer productor de molibdeno y un importante productor de oro, controla el 100% de las acciones de Atlantic Copper. El propósito de Atlantic Copper es proporcionar metales esenciales para la descarbonización, la transición energética y la movilidad sostenible, objetivos clave para asegurar un mundo mejor a las generaciones actuales y futuras. Asimismo, ha obtenido el sello Top Employer, posicionándose como una de las mejores empresas para trabajar en España.

El grupo Ly Company Group-Aqualy entre las 100 empresas de crecimiento más rápido de Europa

La empresa malagueña de agua envasada en cartón Ly Company Group-Aqualy ha vuelto a ser incluida en el ranking de las empresas de crecimiento más rápido de Europa. Concretamente la multinacional andaluza ocupa el puesto 74 en el ranking general del “FT100: Europe’s Fastest Growing Companies 2025 del Financial Times” y el tercer lugar en la categoría de Alimentos y Bebidas. Ly Company Group-Aqualy es la única empresa andaluza que aparece en este prestigioso informe elaborado por Statista que reconoce a las empresas europeas con mayor tasa de crecimiento entre 2020 y 2023, y la que ocupa el puesto más alto de entre las empresas españolas.

“Para nosotros es una verdadera satisfacción estar entre los cien primeros puestos de un total de mil empresas que han sido reconocidas por su consolidación y progreso. Más allá de los datos económicos, para Ly Company Group-Aqualy formar parte de este ranking, supone la confirmación de que avanzamos por el buen camino en nuestro compromiso de ofrecer agua de alta calidad con envases sostenibles, y promover, así un consumo más responsable”, ha precisado Curro Rodríguez, CEO y fundador de Ly Company Group-Aqualy.

Para formar parte de este ranking las empresas debían cumplir, entre otros, los siguientes requisitos: contar con ingresos de al menos 100.000 euros generados durante 2020 y de al menos 1,5 millones durante 2023, además el crecimiento de ingresos entre 2020 y 2023 debía ser principalmente orgánico, es decir, impulsado internamente.

Balance de 2024

Ly Company Group-Aqualy ha cerrado 2024 con aproximadamente 21,5 millones de euros de facturación y cerca de 80 millones de unidades de envases sostenibles vendidos, estos datos suponen, con respecto al 2023, un incremento del 30% en cuanto a facturación y del 33% por lo que se refiere a la venta de briks.

“El 2024 ha sido un año de avances significativos para Ly Company Group-Aqualy en sectores clave para nosotros como son la hotelería, nuestro principal motor de crecimiento; la restauración, con un aumento sostenido en ventas; el retail, que mantiene un crecimiento sólido, así

como el sector de la movilidad, con la incorporación de nuevas aerolíneas y navieras a nuestra cartera de clientes. Todas estas acciones nos han permitido reafirmar nuestro liderazgo en el mercado global de envases sostenibles”, ha precisado Curro Rodríguez, CEO y fundador de Ly Company Group-Aqualy.

Objetivos estratégicos

De cara a los tres próximos años, Ly Company Group-Aqualy se ha fijado como objetivo un crecimiento medio en ventas de en torno al 30%, lo que implicaría alcanzar los 50 millones de euros de cifra de negocio. Por otra parte, se ha marcado como reto alcanzar un margen neto del 10% en el año 2027.

Durante los próximos años, la compañía prevé continuar impulsando su expansión territorial, reforzando la actividad de sus plantas envasadoras de Italia, República Dominicana y México, además de la española. Asimismo, se avanzará en la consolidación de la presencia de Ly Company Group-Aqualy en Oriente Medio y Puerto Rico.

Apuesta por la sostenibilidad

La multinacional malagueña, con sede central en Alhaurín de la Torre, comercializa agua envasada en cartón, lo que la hace diferente a otras, y además utiliza los envases más sostenibles del mercado.

“Nuestra agua está mejorada con un proceso de filtrado por ósmosis inversa y remineralizada. El resultado es un agua con bajo contenido en sodio, pH neutro y mineralización muy débil. En cuanto al envase, estudiamos distintos materiales, como el cristal, lata o el plástico y nos decantamos finalmente por el cartón por ser el más sostenible, aunque el brik no puede ser solo de cartón ya que las garantías sanitarias son aportadas por otros materiales, como el plástico o el aluminio”, ha apuntado Curro Rodríguez.

Tal y como ha precisado el CEO y fundador de Ly Company Group-Aqualy, los procedimientos de envasado de su compañía usan una media del 75% de materiales de origen vegetal y generan menos emisiones de CO2 en comparación con envases fa-

FT1000: EUROPE'S FASTEST GROWING COMPANIES 2025 RANKING



74°
TOTAL RANKING



3°
FOOD&BEVERAGE



1000
Europe's Fastest
Growing Companies



► Un año más, la multinacional malagueña y la única andaluza, ha sido incluida en el ranking “FT1000: Europe’s Fastest Growing Companies 2025 del Financial Times” en el puesto 74 del ranking general y en el puesto 3 en la categoría de Alimentos y Bebidas, de un total de mil empresas

► La compañía ha cerrado 2024 con unos 21,5 millones de euros de facturación y prevé alcanzar en 2027 una cifra de negocio de 50 millones de euros y un incremento en ventas del 30%

bricados con otros materiales. Asimismo, el cartón, que representa más del 60% del envase, proviene de bosques gestionados de forma sostenible con el certificado FSC; y los bioplásticos utilizados, como en el tapón, son de origen vegetal, ya que proceden de caña de azúcar con certificación Bonsucro. Por lo que respecta al agua, esta es de alta calidad, según indican los estudios realizados por las Universidades de Málaga y Florencia.

“La huella de carbono que deja el cartón es infinitamente menor que la causada por otros tipos de envases. Por ejemplo, nuestra máquina, que maneja el cartón para plegarlo y crear la forma del envase, arranca con 60 kilovatios. Si tuviéramos que soplar vidrio o producir plástico, necesitaríamos entre 2.000 y 3.000 kilovatios para conseguir la misma velocidad. Al necesitar pocos kilovatios, solo con placas fotovoltaicas tenemos energía suficiente para abastecer a

cerca de la mitad de nuestra actividad”, ha añadido el fundador de Ly Company Group-Aqualy.

Ly Company - Aqualy

Ly Company es una empresa malagueña que nació en 2015 como una startup con el objetivo de minimizar el impacto ambiental de los envases de un solo uso que se utilizan en productos de consumo masivo. Actualmente, Ly Company Group - Aqualy se ha convertido en una de las cinco multinacionales con mayor crecimiento a nivel europeo, con presencia en cuatro continentes y 40 países. Desde su sede en Alhaurín de la Torre comercializa su agua envasada a más de 1.500 marcas y son más de 200 las cadenas hoteleras que ofrecen sus briks personalizados a sus clientes.

ENTREVISTA

ÁLVARO SATUÉ VÁZQUEZ
SOCIO COFUNDADOR
ANA PÉREZ FERNÁNDEZ-ESPADA
EQUIPO WOODIES

Álvaro Satué y Ana Pérez: “Woodies se distingue por unir tres pilares fundamentales: diseño, comodidad y tradición”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Qué es el concepto Woodies?

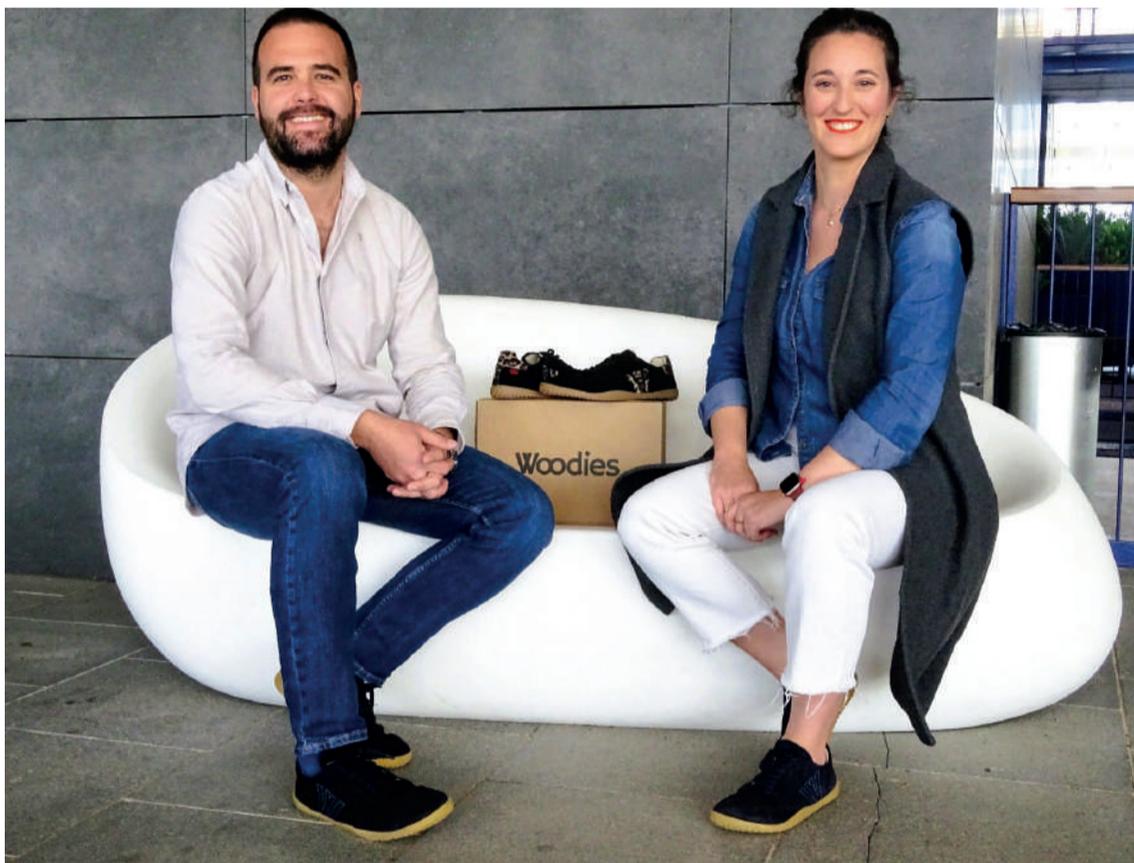
Woodies es una marca de calzado que nace de la fusión entre la tradición artesanal y la innovación del movimiento barefoot. Buscamos ofrecer zapatos que respeten la biomecánica natural del pie, sin renunciar, y poniendo foco, en el diseño y la calidad. Nuestro calzado está diseñado para proporcionar la máxima comodidad, libertad de movimiento y estilo, adaptándose a la vida diaria de nuestros clientes, sin olvidar ir a la moda. Nos inspiramos en la filosofía de caminar de manera natural, pero con una estética, y diseño, moderno y elegante que lo convierte en un producto único en el mercado.

Dentro de la enorme oferta que hay en el mercado en calzado. ¿Qué marca la diferencia con otras marcas?

Woodies se distingue por unir tres pilares fundamentales: diseño, comodidad y tradición. Mientras que muchas marcas barefoot priorizan la funcionalidad sin considerar la estética, en Woodies ponemos foco en el diseño, alcanzando un equilibrio perfecto entre estilo y comodidad. Además, nuestra experiencia en la artesanía del calzado nos permite ofrecer productos duraderos, de alta calidad y fabricados con materiales cuidadosamente seleccionados. Nuestro compromiso con el cliente también nos diferencia: garantizamos envíos gratuitos, devoluciones sin coste y un servicio cercano y personalizado.

Para Woodies es importante el compromiso medioambiental. ¿Cómo se lleva esto a la práctica?

El compromiso medioambiental de Woodies se refleja en cada fase del proceso productivo. Seleccionamos materiales sostenibles, priorizando aquellos de bajo impacto ambiental y durabilidad. Nuestra filosofía de diseño busca crear calzado resistente y atemporal, evitando la producción masiva y el desperdicio. Además, promovemos un consumo responsable y trabajamos con proveedores alineados con nuestra visión ecológica. Estamos en constante investigación para mejorar nuestra huella ambiental y ofrecer una alternativa más consciente dentro del sector del calzado.



¿Woodies tiene tiendas físicas? ¿Cómo se pueden conseguir? ¿Cómo se hace la promoción del producto?

Actualmente, en Woodies operamos de manera 100% online a través de nuestra página web www.woodiestheofficial.com, lo que nos

permite llegar a clientes de todo el mundo sin limitaciones geográficas. Nuestros productos pueden adquirirse fácilmente a través de nuestra tienda online, donde ofrecemos envíos y devoluciones gratuitos, y un servicio de atención al cliente cercano y personalizado.

En cuanto a la promoción, hemos apostado por una estrategia digital centrada en redes sociales, especialmente Instagram (@woodies_theofficial), donde compartimos contenido sobre nuestra filosofía, novedades y testimonios de clientes. Además, colaboramos

con influencers y embajadores que comparten nuestros valores y nos ayudan a conectar con nuestra comunidad de manera orgánica.

¿Qué garantía ofrecen los productos?

En Woodies estamos tan seguros de la calidad de nuestro calzado que ofrecemos una garantía de por vida en fabricación, buscando la satisfacción total de nuestros clientes. Los clientes pueden devolver o cambiar sus zapatos, sin coste, si no cumplen con sus expectativas. Además, trabajamos con materiales de alta calidad y procesos de fabricación que garantizan la durabilidad del producto, asegurando que nuestros zapatos acompañen a los clientes durante mucho tiempo.

“El compromiso medioambiental de Woodies se refleja en cada fase del proceso productivo”

En este corto recorrido. ¿Cuál ha sido la acogida del público?

La acogida de Woodies ha sido excepcional, y aunque quizás estaba en nuestro deseo que fuese así, no deja de sorprendernos, y estamos muy agradecidos. Desde el lanzamiento, hemos agotado tallas en los tres modelos disponibles, lo que nos ha llevado a incrementar nuestra producción inicial para responder a la demanda. Hemos recibido comentarios muy positivos de clientes que destacan la comodidad, el diseño y la calidad del calzado. Además, el interés internacional se ha reflejado en el alto tráfico de nuestra web y en la interacción en redes sociales, confirmando que estamos cubriendo una necesidad real en el mercado.

¿Cuáles son los planes de futuro de esta firma que está iniciando ahora su andadura?

El crecimiento de Woodies es imparable. En mayo lanzaremos tres nuevos modelos para la temporada primavera-verano, lo que nos permitirá ampliar nuestro catálogo y llegar a más clientes. Además, seguimos trabajando en mejorar la experiencia online, explorando nuevas tecnologías para optimizar la compra y el servicio al cliente. A largo plazo, buscamos consolidarnos en el mercado internacional, expandiendo nuestra comunidad y colaborando con referentes del sector para seguir posicionándonos como la marca barefoot con más diseño y calidad. Estábamos convencidos de que diseño y barefoot no eran incompatibles.





Casi 80 onubenses se benefician de la formación para el empleo impartida por el Ayuntamiento de Huelva junto a la Cámara de Comercio

► El 50% de los alumnos que han participado en los cursos de operadores de maquinaria, perfil altamente demandado en sectores como la industria y el agroindustrial, ya han encontrado un trabajo



La alcaldesa de Huelva, Pilar Miranda; junto al presidente de la Cámara de Comercio, Daniel Toscano, han entregado esta mañana los certificados acreditativos a los alumnos que han participado en la formación para el empleo que imparten ambas instituciones como operador de maquinaria, perfil altamente demandado en sectores como la industria y el agroindustrial. Tal y como ha informado la alcaldesa, han sido 76 los onubenses que han participado en esta formación, “y el 50% ya ha encontrado un empleo, lo que demuestra que una formación altamente especializada y adaptada a las necesidades y perfiles específicos de los participantes, así como a las necesidades reales de las empresas, como es esta que hoy termina, mejora considerablemente las oportunidades de inserción laboral”.

En este sentido, Miranda ha felicitado a los alumnos presentes, -no todos los participantes en la formación ya que los contratados estaban en sus puestos de trabajo-, “por prepararse para todas las oportunidades de empleo que están llegando a Huelva” y ha agradecido a la Cámara de Comercio la estrecha colaboración con el Ayuntamiento,

“con la que podemos ofrecer una oportunidad a personas desempleadas para que puedan adaptar su perfil profesional a la demanda específica de quienes los van a contratar”.

En total se han recibido 338 solicitudes para estos cursos, “por lo que ya estamos trabajando en una próxima edición para dar respuesta a quienes se han quedado en lista de espera, ya que reactivar el empleo, generar oportunidades y conseguir que los jóvenes onubenses puedan desarrollar sus vidas en Huelva es un objetivo prioritario para este Ayuntamiento”, ha concluido la alcaldesa.

Por su parte, Daniel Toscano se ha unido a las felicitaciones y ha asegurado que “desde la Cámara de Comercio de Huelva, siempre hemos tenido claro que nuestra misión es estar en contacto directo con el tejido productivo y conocer de primera mano sus necesidades. Y en este camino, contar con el Ayuntamiento de Huelva como aliado es clave. Su firme compromiso con el empleo y la formación nos permite, a través de esta colaboración, dotar a las personas de herramientas útiles para mejorar su empleabilidad y acceder a nuevas oportunidades laborales”.

Además, el presidente Cameral ha afirmado que “hoy celebramos los frutos de este trabajo conjunto, que demuestra que la cooperación entre instituciones es el mejor camino para avanzar. Estos diplomas no solo certifican la formación adquirida, sino que representan la ilusión, el esfuerzo y la esperanza de quienes han apostado por su futuro. Desde la Cámara de Comercio, seguiremos impulsando iniciativas que ayuden a mejorar la capacitación profesional y fortalezcan el tejido empresarial de nuestra provincia.”

En total, se han impartido siete cursos de conducción y manejo, tanto de carretillas elevadoras, como de plataformas móviles de personal, para aprender a operar con esta maquinaria de forma segura, garantizando la prevención de riesgos laborales.

Fundación Cruzcampo, como referente en la formación y el impulso de la empleabilidad, ha lanzado su nueva oferta formativa para 2025, con el objetivo de seguir promoviendo el talento joven en el sector de la hostelería. Estos cursos, dirigidos a jóvenes en situación de desempleo y otros colectivos vulnerables, se centran en áreas clave de la gastronomía y la restauración, buscando dar una respuesta a las necesidades de capacitación en el mercado laboral y contribuir al desarrollo económico de Andalucía y el resto de España.

Este año, Fundación Cruzcampo amplía su compromiso con la formación y la empleabilidad juvenil a través de una oferta educativa diversa que abarca siete cursos especializados en el sector de la hostelería, con varias ediciones en alguno de ellos a lo largo del año. Los programas incluyen áreas como especialización en cocina, sala, panadería y pastelería, con el objetivo de proporcionar las herramientas necesarias para acceder a empleos de calidad. Los cursos se desarrollarán en la sede de la fundación y micro-cervecería con fin social en Sevilla, Factoría Cruzcampo.

Continúa formación en cocina de la mano de Cruz Roja

El curso de Técnicas Básicas de Cocina (en sus ediciones VI, VII y VIII) se impartirá en tres trimestres (enero-abril, abril-julio y octubre-diciembre). En colaboración con Cruz Roja, este curso tiene como objetivo capacitar a jóvenes en situación de desempleo. También en colaboración con la misma entidad, el curso de Técnicas Básicas de Sala también se ofrecerá en tres ediciones, con el mismo número de plazas y los mismos requisitos. Con esta formación continua, más de 80 alumnos podrán disfrutar de su contenido.

Formación oficial para personas con discapacidad gracias a Inserta Empleo

En colaboración con Inserta Empleo, entidad de Fundación ONCE para la formación y el empleo, cofinanciada por la Unión Europea, está en marcha el curso de Operaciones Básicas de Restaurante y Bar con Certificado de Profesionalidad, que concluirá el próximo 11 de abril y en el que participan 15 jóvenes con discapacidad y en situación de desempleo. Esta capacitación ofrece una formación técnica con un certificado de profesionalidad reconocido por la Consejería de Empleo de la

Fundación Cruzcampo amplía su oferta formativa en hostelería para jóvenes y colectivos vulnerables

► Los programas cuentan con la colaboración de entidades como Cruz Roja, Inserta Empleo, Cámara de Comercio de Sevilla, con el fin de facilitar la integración laboral en sectores clave de la economía



Junta de Andalucía, el primero que la Fundación Cruzcampo otorga y que amplía las perspectivas de empleo en el sector de la restauración y la hostelería.

Especialización en hostelería con Cámara de Comercio de Sevilla

La colaboración de Cámara de Comercio de Sevilla y Fundación Cruzcampo se basa en dotar de las herramientas necesarias a los colectivos vulnerables para impulsar su inserción laboral. Así, anualmente cuentan con un ambicioso programa para formar a más de 3.000 alumnos.

De tal manera que, dentro del Programa Talento Joven ejecuta-

do por la Cámara de Comercio de Sevilla, se llevará a cabo el curso Cocina Nacional e Internacional en marzo y los cursos de Organización de Catering y Restauración, que comenzará en mayo, el de Camarero/a de Barra y Sala, que se impartirá en septiembre, y el curso de Operaciones Básicas de Panadería y Pastelería. Estas formaciones están destinadas a alrededor de 100 jóve-

nes inscritos en Garantía Juvenil.

Estos cursos irán de la mano de la amplia experiencia de los profesores de la Escuela de Hostelería de Fundación Cruzcampo, que cuentan con más de 25 años de trayectoria en la formación de profesionales en el sector. Esta experiencia, junto con el enfoque práctico de los cursos y las alianzas estratégicas con entidades como Cruz Roja, Inserta Empleo y Cámara de Comercio de Sevilla, garantizará que los jóvenes adquieran los conocimientos y habilidades necesarios para destacarse en el competitivo mundo de la hostelería.

Esta oferta formativa se complementa con el programa insignia Talento Cruzcampo, que ya va por su V Edición. Talento Cruzcampo ha demostrado ser un programa clave en la inserción laboral de jóvenes, con una tasa de empleabilidad del 80% al finalizar el curso. Este programa continúa consolidándose como un proyecto enriquecedor para el sector de la hostelería y su profesionalización, enfocándose en el desarrollo de talento y la creación de oportunidades de empleo en numerosos establecimientos hosteleros del país.

“Estamos comprometidos con la capacitación de los jóvenes y con generar oportunidades laborales reales en un sector clave para la economía española. Gracias a los cursos de formación y nuestra colaboración con entidades como Cámara de Comercio, Cruz Roja o Inserta Empleo, trabajamos por la inclusión social y la mejora de la empleabilidad”, destacó Carmen Ponce, presidenta de Fundación Cruzcampo.

UN FUTURO PROMETEDOR CON UNA FORMACIÓN DE CALIDAD

Con más de 40 millones de euros invertidos en acción social, Fundación Cruzcampo sigue invirtiendo en la educación y formación de calidad. En 2021, inauguró Factoría Cruzcampo, un centro pionero en formación de hostelería, y en 2024, Torre Cruzcampo, un espacio dedicado a la capacitación técnica en sectores claves para el desarrollo económico y social de Andalucía en colaboración con la Cámara de Comercio de Sevilla.

El compromiso de la Fundación Cruzcampo con la juventud, la inclusión y la profesionalización del sector hostelero sigue siendo una prioridad, y los cursos de 2025 representan un paso más hacia el fortalecimiento del empleo juvenil en España, demostrando una vez más el impacto de sus programas formativos en el tejido social y económico.

El número de autónomos crece en 1.511 personas en Andalucía

El número de trabajadores por cuenta propia se ha incrementado en 1.511 personas en el segundo mes del año respecto a enero de 2025 en Andalucía, lo que ha situado la cifra total de autónomos en 582.428 personas.

El presidente de ATA Andalucía, Rafael Amor, ha afirmado que "Andalucía crece en el mes de febrero por encima de la media nacional. Son unos datos positivos, que muestran que nos encontramos en la línea de crecimiento del año pasado, a pesar de que los de enero podrían causar alguna preocupación".

► El número de autónomos aumentó en 9.231 en tasa interanual

► Rafael Amor: "Son unos datos positivos que muestran que seguimos en la línea de crecimiento del año pasado"

"Somos 582.428 autónomos en Andalucía. También es un dato muy positivo el de desempleo, ya que prácticamente casi la mitad de la bajada del paro de España se ha registrado en Andalucía. Por lo tanto, son datos que nos hacen ser optimistas de cara a este año y a ser positivos y seguir trabajando en la línea de crecimiento

que venimos haciendo sobre todo respecto a la consolidación de los datos", ha añadido.

El número de trabajadores por cuenta propia se ha incrementado en todas las comunidades autónomas respecto a un mes antes. Destacan los aumentos de Comunidad Valenciana (+2.067), Andalucía (+1.511), Cataluña (+1.443) y

Comunidad de Madrid (+1.180).

Por provincias, el número de autónomos ha aumentado en todas excepto en Granada, donde la cifra se ha mantenido estable. Han sobrepasado los aumentos de Málaga (+736), Sevilla (+311), Almería (+148) y Cádiz (+125). También ha aumentado el número de autónomos en Córdoba (+81), Huelva (+62) y Jaén (+55).

son 9 las que cierran en tasa interanual en positivo, liderando el crecimiento Madrid (+10.422 autónomos, un +2,5%), Comunidad Valenciana (+9.838, +2,7%) y Andalucía (+9.231 autónomos, un +1,6%). Estas comunidades suman casi el total del incremento de autónomos en un año y porcentualmente están muy por encima del crecimiento medio nacional que es del 1,2%.

En Andalucía, el crecimiento de autónomos en tasa interanual ha sido de más de 9.200 personas. Por provincias, las subidas más reseñables se han registrado en Málaga (+4.913, +3,7%), Sevilla (1.677, +1,4%) y Granada (+1.058, +1,6%).

Crecen los autónomos en tasa interanual

Interanualmente, el número de autónomos ha crecido en más de 39.630 personas. Si nos fijamos por comunidades autónomas,

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, DICIEMBRE 2024- FEBRERO 2025

	DICIEMBRE 2024	FEBRERO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	63.077	62.979	-98	-0,2
CÁDIZ	67.308	66.492	-816	-1,2
CÓRDOBA	54.513	54.284	-229	-0,4
GRANADA	69.284	69.060	-224	-0,3
HUELVA	29.744	29.631	-113	-0,4
JAÉN	42.378	42.284	-94	-0,2
MÁLAGA	137.835	138.188	354	0,3
SEVILLA	119.635	119.509	-126	-0,1
ANDALUCÍA	583.774	582.428	-1.346	-0,2
ESPAÑA	3.386.765	3.377.146	-9.619	-0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, FEBRERO 2024 - FEBRERO 2025

	FEBRERO 2024	FEBRERO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	62.417	62.979	562	0,9
CÁDIZ	66.131	66.492	361	0,5
CÓRDOBA	54.092	54.284	192	0,4
GRANADA	68.003	69.060	1.058	1,6
HUELVA	29.322	29.631	309	1,1
JAÉN	42.123	42.284	161	0,4
MÁLAGA	133.276	138.188	4.913	3,7
SEVILLA	117.832	119.509	1.677	1,4
ANDALUCÍA	573.197	582.428	9.231	1,6
ESPAÑA	3.337.516	3.377.146	39.630	1,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, ENERO 2025 - FEBRERO 2025

	ENERO 2025	FEBRERO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	62.831	62.979	148	0,2
CÁDIZ	66.366	66.492	125	0,2
CÓRDOBA	54.203	54.284	81	0,1
GRANADA	69.066	69.060	-6	0,0
HUELVA	29.569	29.631	62	0,2
JAÉN	42.229	42.284	55	0,1
MÁLAGA	137.453	138.188	736	0,5
SEVILLA	119.198	119.509	311	0,3
ANDALUCÍA	580.917	582.428	1.511	0,3
ESPAÑA	3.368.950	3.377.146	8.196	0,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN PARO, DICIEMBRE 2024- FEBRERO 2025

	PARO DICIEMBRE 2024	PARO FEBRERO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	46.067	46.672	605	1,3
CÁDIZ	121.211	122.236	1.025	0,8
CÓRDOBA	54.320	55.407	1.087	2,0
GRANADA	70.647	71.978	1.331	1,9
HUELVA	34.074	33.306	-768	-2,3
JAÉN	35.793	37.378	1.585	4,4
MÁLAGA	119.074	121.095	2.021	1,7
SEVILLA	153.653	156.402	2.749	1,8
ANDALUCÍA	634.839	644.474	9.635	1,5
ESPAÑA	2.560.718	2.593.449	32.731	1,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN PARO, FEBRERO 2024 - FEBRERO 2025

	PARO FEBRERO 2024	PARO FEBRERO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	51.490	46.672	-4.818	-9,4
CÁDIZ	133.949	122.236	-11.713	-8,7
CÓRDOBA	61.430	55.407	-6.023	-9,8
GRANADA	77.981	71.978	-6.003	-7,7
HUELVA	38.020	33.306	-4.714	-12,4
JAÉN	43.112	37.378	-5.734	-13,3
MÁLAGA	134.243	121.095	-13.148	-9,8
SEVILLA	170.682	156.402	-14.280	-8,4
ANDALUCÍA	710.907	644.474	-66.433	-9,3
ESPAÑA	2.760.408	2.593.449	-166.959	-6,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN PARO, ENERO 2025 - FEBRERO 2025

	PARO ENERO 2025	PARO FEBRERO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	46.960	46.672	-288	-0,6
CÁDIZ	123.003	122.236	-767	-0,6
CÓRDOBA	55.465	55.407	-58	-0,1
GRANADA	72.007	71.978	-29	0,0
HUELVA	34.056	33.306	-750	-2,2
JAÉN	36.713	37.378	665	1,8
MÁLAGA	121.486	121.095	-391	-0,3
SEVILLA	157.052	156.402	-650	-0,4
ANDALUCÍA	646.742	644.474	-2.268	-0,4
ESPAÑA	2.599.443	2.593.449	-5.994	-0,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- FEBRERO 2025

ANDALUCIA	DICIEMBRE 2024	FEBRERO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	367.704	366.800	-904	-0,2
MUJERES	216.070	215.627	-442	-0,2
TOTAL	583.774	582.428	-1.346	-0,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2024- FEBRERO 2025

SECTORES ANDALUCIA	DICIEMBRE 2024	FEBRERO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	61.072	60.959	-113	-0,2
INDUSTRIA	31.386	31.193	-193	-0,6
CONSTRUCCION	59.332	59.470	138	0,2
COMERCIO	142.145	141.119	-1.026	-0,7
TRANSPORTES	32.343	32.302	-41	-0,1
HOSTELERIA	56.788	56.474	-314	-0,6
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.924	11.035	111	1,0
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.291	10.241	-50	-0,5
ACT. INMOBILIARIAS	11.800	11.829	29	0,2
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	50.412	50.594	181	0,4
ACT. ADMINISTRATIVAS	23.354	23.354	1	0,0
EDUCACION	16.618	16.745	128	0,8
ACT. SANITARIAS	24.952	24.995	43	0,2
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	13.359	13.174	-185	-1,4
OTROS SECTORES	38.997	38.942	-55	-0,1
TOTAL	583.774	582.428	-1.346	-0,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, FEBRERO 2024 - FEBRERO 2025

ANDALUCIA	FEBRERO 2024	FEBRERO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	362.469	366.800	4.332	1,2
MUJERES	210.728	215.627	4.899	2,3
TOTAL	573.197	582.428	9.231	1,6

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, FEBRERO 2024 - FEBRERO 2025

SECTORES ANDALUCIA	FEBRERO 2024	FEBRERO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	60.408	60.959	551	0,9
INDUSTRIA	31.455	31.193	-262	-0,8
CONSTRUCCION	57.906	59.470	1.565	2,7
COMERCIO	142.749	141.119	-1.631	-1,1
TRANSPORTES	31.627	32.302	675	2,1
HOSTELERIA	56.521	56.474	-47	-0,1
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.122	11.035	914	9,0
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.258	10.241	-17	-0,2
ACT. INMOBILIARIAS	11.173	11.829	656	5,9
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	47.967	50.594	2.627	5,5
ACT. ADMINISTRATIVAS	22.389	23.354	965	4,3
EDUCACION	15.860	16.745	886	5,6
ACT. SANITARIAS	24.035	24.995	960	4,0
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	12.747	13.174	427	3,4
OTROS SECTORES	37.981	38.942	961	2,5
TOTAL	573.197	582.428	9.231	1,6

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, ENERO 2025 - FEBRERO 2025

ANDALUCIA	ENERO 2025	FEBRERO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	365.996	366.800	804	0,2
MUJERES	214.920	215.627	707	0,3
TOTAL	580.917	582.428	1.511	0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, ENERO 2025 - FEBRERO 2025

SECTORES ANDALUCIA	ENERO 2025	FEBRERO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	61.025	60.959	-66	-0,1
INDUSTRIA	31.153	31.193	40	0,1
CONSTRUCCION	59.093	59.470	377	0,6
COMERCIO	141.191	141.119	-72	-0,1
TRANSPORTES	32.255	32.302	48	0,1
HOSTELERIA	56.318	56.474	156	0,3
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.899	11.035	136	1,3
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.247	10.241	-6	-0,1
ACT. INMOBILIARIAS	11.805	11.829	25	0,2
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	50.269	50.594	325	0,6
ACT. ADMINISTRATIVAS	23.246	23.354	108	0,5
EDUCACION	16.595	16.745	151	0,9
ACT. SANITARIAS	24.882	24.995	113	0,5
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	13.156	13.174	18	0,1
OTROS SECTORES	38.783	38.942	159	0,4
TOTAL	580.917	582.428	1.511	0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- FEBRERO 2025

ALMERIA	DICIEMBRE 2024	FEBRERO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	39.242	39.206	-36	-0,1
MUJERES	23.835	23.773	-62	-0,3
TOTAL	63.077	62.979	-98	-0,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2024- FEBRERO 2025

SECTORES ALMERIA	DICIEMBRE 2024	FEBRERO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	20.595	20.603	8	0,0
INDUSTRIA	2.180	2.168	-12	-0,5
CONSTRUCCION	5.307	5.322	14	0,3
COMERCIO	12.237	12.166	-71	-0,6
TRANSPORTES	2.882	2.887	5	0,2
HOSTELERIA	5.065	5.033	-33	-0,6
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	736	754	18	2,4
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	796	794	-3	-0,4
ACT. INMOBILIARIAS	757	758	1	0,2
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	3.604	3.608	4	0,1
ACT. ADMINISTRATIVAS	1.683	1.649	-33	-2,0
EDUCACION	1.422	1.425	3	0,2
ACT. SANITARIAS	1.691	1.701	10	0,6
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	900	880	-20	-2,2
OTROS SECTORES	3.223	3.233	9	0,3
TOTAL	63.077	62.979	-98	-0,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Marzo 2025



De izquierda a derecha: Víctor de Bobes, director de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales de Lidl España; Virginia González Lucena, presidenta de CAEA; Cristina Amorós, Relaciones Institucionales de Lidl en Andalucía; y Álvaro González Zafra, director general de CAEA.

Lidl se incorpora a CAEA

► La adhesión de la cadena de supermercados refuerza el liderazgo de CAEA como organización representativa de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía

La cadena de supermercados Lidl se ha incorporado como miembro asociado de pleno derecho a la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), que representa a las empresas mayoristas y minoristas del sector de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía. Dicha adhesión ha sido aprobada por la Asamblea de CAEA, reunida en la mañana de ayer en la sede de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) en Madrid.

La incorporación de Lidl aporta a CAEA 18.700 empleados en España, de los cuales

más de 3.500 se encuentran en Andalucía. Además, Lidl incorpora más de 700 establecimientos comerciales y 13 plataformas logísticas a nivel nacional, incluyendo 140 tiendas y 3 plataformas logísticas en Andalucía (Escúzar, Málaga y Dos Hermanas), lo que garantiza un suministro eficiente y fortalece la relación con los proveedores locales.

Con un volumen de facturación de 6.572 millones de euros en España, Lidl es uno de los principales actores del sector retail en la región. En términos de impacto económico, Lidl contribuye con más de 1.880 millones de euros al PIB autonómico (1,06 % del total), aportando más de 40.000 empleos anuales

(1,18 % del total), entre directos, indirectos e inducidos, según el último informe de PwC. Además, la compañía desempeña un papel clave en la internacionalización del sector agroalimentario andaluz, exportando el 12% del total de exportaciones de la región.

Tras la incorporación de Lidl, las empresas asociadas a CAEA suman un total 152.000 empleados en España y 45.000 en Andalucía, con un 85% de contratos indefinidos y 70% de empleo femenino; 8.000 establecimientos comerciales a nivel nacional y 3.500 en la comunidad autónoma andaluza; 42.000 M€ de volumen de facturación en España y 11.000 M€ en Andalucía. Asimismo, los 24 grupos empresariales que componen CAEA integran a 4.500 pymes comerciales, franquiciados o socios de cooperativa, más de 3 millones de metros cuadrados de superficie comercial y más de 2

millones de metros cuadrados de almacén y logística.

La presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena, ha destacado que la incorporación de Lidl “refuerza aún más el liderazgo de CAEA como organización representativa de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía, y demuestra el firme compromiso de la cadena de supermercados con nuestra comunidad autónoma, que se traduce en generación de puestos de trabajo, inversión y, en definitiva, en el desarrollo social y económico de nuestra tierra”. Asimismo, González Lucena ha señalado que los valores de Lidl “se identifican plenamente con los de la Confederación en cuanto a su compromiso con el territorio, la competitividad de las empresas, la sostenibilidad y la economía circular, así como la responsabilidad social de la distribución comercial alimentaria”.

Por su parte, Cristina Amorós, responsable de las Relaciones Institucionales de Lidl en Andalucía, ha indicado que “la compañía refuerza su compromiso con Andalucía al unirse a CAEA, impulsando el desarrollo económico y social de la región a través de empleo de calidad, inversión y sostenibilidad, al tiempo que fortalece su relación con el tejido empresarial local y su apuesta por la innovación en la distribución. De esta forma, la compañía avanza en su objetivo de convertirse en la primera opción para todos sus grupos de interés, mientras sigue impulsando el crecimiento de la región”.

SOBRE CAEA. La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), fundada en 1989, representa a las empresas mayoristas y minoristas del sector de la distribución comercial organizada de gran consumo en Andalucía, en formato supermercados de proximidad, cash & carry y canal especializado de perfumería. En la actualidad CAEA está conformada por 24 grupos empresariales, 42.000 M€ de volumen de facturación a nivel nacional (11.000 M€ en Andalucía), 8.000 establecimientos comerciales (3.500 en Andalucía), 152.000 empleados en España (45.000 en Andalucía), 4.500 pymes comerciales, franquiciados o socios de cooperativa, más de 3 millones de metros cuadrados de superficie comercial y más de 2 millones de metros cuadrados de almacén y logística.

SOBRE LIDL. Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, la empresa cuenta con una red de más de 700 tiendas y 13 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 18.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 7.400 M€ anuales, exportando más de la mitad. Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía integrada a su vez en el Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el ámbito de la distribución alimentaria. Actualmente, Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en una treintena de países, con una estructura de más de 12.350 establecimientos, más de 220 centros logísticos y con un equipo de más de 375.000 personas, guiado por los valores de desempeño, respeto, confianza, humildad y pertenencia.



Asamblea de CAEA reunida en la sede de la CEOE en Madrid.



Lara, al tiempo que ha asegurado que merece la Medalla de Andalucía «por su trayectoria y su apuesta por el Diálogo Social.»

Durante la celebración en el Teatro Maestranza de Sevilla, se ha proyectado un vídeo en el que el presidente de los empresarios andaluces ha defendido el potencial de la región. «Tenemos un futuro extraordinario y tenemos que creer en ello. Hablar de Andalucía es hablar de grandeza, historia, arte, cultura, patrimonio. Andalucía es un auténtico paraíso».

Emocionado, González de Lara, ha agradecido la Medalla de Andalucía asegurando que «es un reconocimiento compartido, para visibilizar a miles de personas que trabajan para construir una Andalucía más próspera y con más futuro a través de sus empresas. Ejerceré de portador, porque es tan mía como de las personas que, a lo largo de los años, depositaron en mí su confianza y de quienes hoy lo siguen haciendo: mis padres, mi familia, mis colaboradores, mis equipos. Tan mía como de las empresas que me han trasladado su voz e inquietudes para representarlas ante las instituciones y la sociedad. Una voz con la que siempre he intentado ejercer el Diálogo, con mayúsculas, en la búsqueda continua del acuerdo y el consenso».

Con estos galardones, Andalucía reconoce a sus ciudadanos más ilustres, destacando su talento, esfuerzo y compromiso con la comunidad autónoma.



Javier González de Lara, presidente de CEA, recoge la Medalla de Andalucía de la Economía y la Empresa

El presidente de CEA, Javier González de Lara, ha recogido la máxima distinción de nuestra comunidad autónoma de manos del presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, en el acto institucional celebrado el 28 de Febrero con motivo del Día de Andalucía. «Por transmitir la seriedad y la certeza de un apretón de manos», ha declarado Moreno en referencia a González de

Isabel Rosales: “Mi historia es la prueba de que, con pasión, esfuerzo y perseverancia, se puede avanzar y liderar en cualquier ámbito”



Echando la vista atrás, y desde su condición de mujer. ¿Cómo ha sido su historia en el mundo de los negocios?

Mi historia en el mundo de los negocios ha estado marcada por el esfuerzo, la constancia y la determinación. Al crecer en una empresa familiar junto a mis tres hermanos, desde el principio tuve apoyo, pero también enfrenté ciertos retos, especialmente en lo que respecta a mi papel como mujer en un sector tan exigente como la hostelería.

Para llegar a dirigir el restaurante que llevo al frente desde hace 13 años, tuve que recorrer un camino de aprendizaje en distintos departamentos, conociendo cada área del negocio y enfrentando desafíos tanto dentro de la empresa como de cara al público. La hostelería sigue siendo un sector donde las mujeres, aunque cada vez con más presencia, a menudo tienen que demostrar su valía el doble. Ha sido un proceso duro, pero también gratificante. Hoy me siento orgullosa del camino recorrido y de haber contribuido, con mi trabajo, a romper ciertas barreras y estereotipos en este gremio. Mi historia es la prueba de que, con pasión, esfuerzo y perseverancia, se puede avanzar y liderar en cualquier ámbito.

Usted es vocal del Foro de Empresarias y Profesionales de Córdoba (FEPC), una entidad que trabaja activamente por la igualdad de oportunidades y el empoderamiento de la mujer en el ámbito empresarial. ¿Cómo cree que es ahora mismo el ecosistema empresarial femenino en Córdoba, su provincia?

Actualmente el ecosistema empresarial femenino en Córdoba ha avanzado significativamente, pero aún enfrentamos retos importantes. Desde el Foro de Mujeres Empresarias y Profesionales, trabajamos para consolidar un entorno más equitativo, donde las mujeres tengan las mismas oportunidades de desarrollo y liderazgo en el tejido empresarial de nuestra provincia.

Hemos visto un crecimiento notable en el número de mujeres emprendedoras y directivas, con una mayor presencia en sectores que tradicionalmente habían estado más masculinizados. Sin embargo, sigue siendo necesario seguir impulsando políticas de conciliación, acceso a financiación y redes de apoyo que faciliten el crecimiento y consolidación de los negocios liderados por mujeres.

Además, hay una mayor conciencia sobre la importancia de la diversidad y la igualdad de oportunidades, tanto en el ámbito empresarial como en la sociedad cordobesa en general. Sin embargo, aún queda camino por recorrer en la eliminación de barreras invisibles que dificultan el acceso de las mujeres a ciertos espacios de decisión y en garantizar que el talento femenino tenga el reconocimiento que merece.

Desde el Foro, seguimos comprometidas en fortalecer este ecosistema, generando influencia, visibilidad y oportunidades reales para las empresarias y profesionales de Córdoba, contribuyendo así al desarrollo económico de la provincia y a una sociedad más justa e inclusiva.

Hay mucha preocupación, sobre todo en su sector, por el

relevo generacional. ¿Le preocupa?

El relevo generacional es, sin duda, uno de los grandes retos del sector de la hostelería. Muchas empresas familiares se enfrentan a la dificultad de encontrar continuidad, ya sea por la falta de interés de las nuevas generaciones o por los desafíos que supone adaptarse a un entorno en constante evolución.

En nuestro caso, como segunda generación al frente de la empresa que fundaron mis padres, Alberto Rosales y Antonia Arjona, hemos trabajado con el convencimiento de que la clave para la continuidad está en la pasión por el oficio, la adaptación a los nuevos tiempos y, sobre todo, en el valor del equipo humano.

Hoy me enorgullece decir que ya tenemos a tres mujeres de la tercera generación incorporadas: mis sobrinas Ana y Elena, y mi hija Beatriz. Ellas han crecido viendo nuestro esfuerzo y dedicación, entendiendo que la hostelería no es solo un negocio, sino una forma de vida que requiere entrega, innovación y una visión de futuro. Con su incorporación, aseguramos no solo la continuidad del proyecto, sino también su evolución, incorporando nuevas tecnologías y formas de gestión que nos permitan seguir avanzando.

El mayor aprendizaje que hemos transmitido y seguimos defendiendo es que el capital humano es lo más valioso. Sin un equipo motivado y comprometido, ningún relevo generacional tendría sentido. Por eso, además de innovar y crecer, nuestra prioridad sigue siendo el bienestar y la estabilidad de las personas que hacen posible nuestro trabajo diario.

También existe la demanda constante de los empresarios del sector sobre la falta de mano de obra cualificada. ¿Cuál cree que es la solución?

Es cierto que, además de la falta de mano de obra cualificada, también nos encontramos con un problema de compromiso por parte de algunos trabajadores que llegan al sector sin la profesionalidad ni la experiencia necesarias. La hostelería es un oficio que requiere dedicación, disciplina y un fuerte sentido del servicio, algo que no siempre se valora desde fuera.

Creo que esta falta de compromiso se debe, en parte, a la poca formación específica que se imparte y a la percepción de la hostelería como un trabajo temporal en lugar de una profesión de futuro. Por eso, es fundamental apostar por la formación desde el inicio, enseñar la importancia del oficio y transmitir que en este sector hay oportunidades reales de crecimiento para quienes se implican y se esfuerzan.

Desde nuestra empresa, trabajamos para cambiar esta mentalidad, invirtiendo en nuestros empleados, ofreciéndoles estabilidad, formación y posibilidades de promoción. Pero también es necesario que, como sociedad, dignifiquemos la hostelería y fomentemos una cultura de profesionalidad y compromiso en quienes deciden formar parte de este gremio.

¿Qué le diría usted a una mujer, joven o más mayor, que quiera ahora mismo emprender?

A cualquier mujer, ya sea joven o más mayor, que quiera emprender, le diría que el camino no es fácil, pero que, con trabajo, constancia y pasión, se pueden superar todos los obstáculos. A mí siempre me ha servido una fórmula sencilla pero efectiva: trabajo, trabajo y más trabajo. No hay atajos, solo esfuerzo, aprendizaje continuo y la determinación de seguir adelante incluso cuando las cosas se ponen difíciles.

También le diría que no tenga miedo. Muchas veces, nosotras mismas dudamos de nuestras capacidades o pensamos que el emprendimiento es un terreno complicado, pero la clave está en creer en una misma, prepararse bien y rodearse de personas que sumen.

Además, le recomendaría que aproveche todas las herramientas y recursos disponibles hoy en día: formación, tecnología, redes de apoyo y asociaciones como el Foro de Mujeres Empresarias y Profesionales. No está sola, hay muchas mujeres que hemos pasado por lo mismo y estamos aquí para apoyarnos mutuamente.

Emprender es un reto, pero también una de las experiencias más gratificantes. Si tiene una idea y las ganas de llevarla a cabo, que no lo dude: que empiece, que aprenda, que insista y que nunca deje de luchar por su proyecto.

ENTREVISTA

ISABEL ROSALES
EMPRESARIA POSADA
DEL CABALLO ANDALUZ
Y SOCIA DE LA EMPRESA
FAMILIAR HOSTELERÍA
DEL ALCÁZAR VIEJO, S.L.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Acaba usted de recibir el premio a la Trayectoria Profesional Femenina por parte de Federación de Empresarias Andaluzas (FAME). ¿Qué ha supuesto para usted este reconocimiento?

Recibir este premio de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME) es un gran honor y, sobre todo, un reconocimiento al esfuerzo, la dedicación y la pasión que he puesto en mi trayectoria empresarial. Más allá de lo personal, lo veo como un impulso para seguir trabajando en la visibilización del talento femenino en el mundo de los negocios y en la necesidad de seguir rompiendo barreras. Este reconocimiento refuerza mi compromiso con el crecimiento de nuestras empresas, la creación de oportunidades y el apoyo a otras empresarias que, como yo, creen en el potencial de Andalucía para el emprendimiento y la innovación.



Vientos de Cambio

Dicen que cuando soplan vientos de cambio algunos se dedican a construir muros mientras otros se dedican a levantar molinos.

Las tensiones comerciales, los conflictos geopolíticos y la fragmentación de la política mundial en grandes bloques están generando gran inestabilidad en la economía global y modificando las reglas de juego tal y como las entendíamos hasta ahora.

El regreso hace pocas semanas a la Casa Blanca de su antiguo inquilino, ha puesto patas arriba un contexto internacional ya de por sí extremadamente complicado y el espectáculo lamentable de estos días en el Despacho Oval ha demostrado que las reglas de la diplomacia internacional, que tanto había costado establecer, ni siquiera están garantizadas. La llegada de Trump ha supuesto la salida de EE. UU. de los Acuerdos de París contra el Cambio Climático, uno de los mayores logros de consenso internacional de los últimos tiempos; ha puesto en duda la continuidad de la Organización Mundial de la Salud o la Corte Penal Internacional tensionando instituciones creadas para velar por el orden mundial.

Frente a esta política del caos milimétricamente planificada e interesada, corresponde a las instituciones europeas valorar cuál es el camino a seguir, nos corresponde determinar si podemos o debemos seguir fiando nuestra seguridad a terceros, con todo lo que ello pueda implicar, debemos debatir si podemos seguir dejando en manos de algunos países el flujo de energía que mantiene nuestra industria o si los suministros de nuestras fábricas pueden depender de decisiones políticas tomadas a miles de kilómetros. Este ha sido uno de los grandes retos de Bruselas a lo largo de los últimos años, con inversiones millonarias para garantizar la mayor independencia posible de lo que tanto nos ha costado construir. Europa tendrá que decidir si pueden pertenecer a nuestro proyecto algunos populismos que contradicen los valores sobre los cuales fue construido este sueño que nos ha garantizado el mayor periodo de paz y prosperidad de nuestra historia, cuidado con los populismos, cuidado a ver si no nos vamos a percatar de que vivimos con caballos de Troya dentro de nuestras fronteras.

En nuestro país, con el fin de no defraudar nuestras expectativas, preferimos seguir enfrascados en luchas internas mientras nos olvidamos de que al cruzar nuestras fronteras debemos salir bajo una misma bandera y sin generar desconfianza en

nuestra economía o en quien la dirige. El orden mundial no está cambiando, la realidad es que ya ha cambiado, y mientras algunos se reparten los minerales estratégicos para el desarrollo de la tecnología aquí preferimos desperdiciar nuestra energía.

Tal vez, algún día, espero que más pronto que tarde, me levanto y descubro que entendemos lo que significa la identidad colectiva, a lo mejor, algún día me levanto y nos damos cuenta de que, cuando amenazan a los agricultores de mi país me están amenazando a mí, cuando amenazan la industria de mi país ponen en peligro el futuro de mis hijos, cuando amenazan las fronteras de Europa, están poniendo en peligro la seguridad de mis vecinos y la de mi propia familia. A ver si un día me levanto y me percató de que nos hemos dado cuenta de que nada de lo que amenace a mi tierra me es ajeno, a ver si un día voy por el supermercado y veo a la gente girando los productos para aportar su grano de arena al crecimiento de mi tierra como garantía de mi propio futuro.

Vivimos tiempos de cambio donde se están redefiniendo las reglas de juego y estamos obligados, entre todos, a definir el papel que, como país queremos jugar en esta partida extremadamente compleja.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

OPINIÓN

AUGUSTO JANNONE
PRESIDENTE DE PROSEVILLAPORT

El Puerto de Sevilla y su singularidad

Hace unas pocas semanas, un grupo de empresarios mantenía a orillas del Guadalquivir un encuentro con el presidente de Puertos del Estado, Álvaro Rodríguez Dapena, en el que, entre otras cuestiones, se le interpeló sobre los motivos por los que la ley española no reconoce la singularidad del Puerto de Sevilla, una vieja reivindicación de esta ciudad. Su respuesta, con cierto tono lacónico, fue que todos los enclaves del país defienden que también son singulares, cada cual a su manera.

Sin entrar en discusiones ni recordar su peso a lo largo del Imperio Romano, la dominación musulmana o la conquista de América, la realidad es que el Puerto de Sevilla es singular; sin duda alguna. Y lo es, en primer lugar, porque es el único marítimo de interior de toda España. No hay ningún otro.

También lo es porque constituye en la actualidad el principal motor industrial de la provincia, con una facturación conjunta de sus empresas que supera anualmente los 1.300 millones de euros y dan empleo a más de 20.000 personas, entre puestos directos, indirectos e inducidos. Un dato sumamente relevante teniendo en cuenta que Andalucía es una región en la que el peso de la industria es muy exiguo y la mayoría de las compañías son pymes.

En el caso de Sevilla, estas empresas industriales abarcan una amplia horquilla de ramas, que van desde la metalmecánica y la siderurgia, hasta harineras y elaboración de fertilizantes, pasando por la fabricación de

torres eólicas offshore, piezas para puentes, pasarelas y acueductos u otras grandes estructuras metálicas. A todos estos grupos se les suman obviamente aquellos vinculados a la actividad portuaria: consignatarias, estibadoras, empresas de logística y transporte, transitarias, terminalistas o agentes de aduanas. Un puerto que, dada su cercanía con el centro de la ciudad y su superficie (850 hectáreas), acoge igualmente a firmas de otros ámbitos como el ocio, la restauración, el turismo, la ingeniería, el medio ambiente, la arquitectura, las energías renovables y los servicios en general.

Situado en una de las principales áreas metropolitanas del país, con más de un millón y medio de habitantes en el entorno, cuenta además con una Zona Franca, así como con la mayor ZAL (Zona de Actividades Logísticas) del Sur de España y una terminal de cruceros en el centro de la ciudad.

Por todo lo anterior y por su ubicación dentro del continente, el Puerto de Sevilla es estratégico para Europa, al constituir un nodo principal de la Red Básica (Core Network) y formar parte del corredor Mediterráneo de la Red Transeuropea de Transporte (TEN-T) y del corredor Atlántico.

La UE está dando un enorme impulso a las vías navegables de interior debido, en gran medida, a que el transporte marítimo es clave para reducir el volumen de emisiones de CO2 y acústicas, al tiempo que ayuda a descongestionar zonas densamente pobladas.



Y pese a todo ello, nuestras leyes no recogen la singularidad de este puerto, lo que sí sucede con otros europeos marítimos de interior o con aquellos españoles que gozan de un estatus especial por su geolocalización (Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla), lo cual se traduce en todos estos casos en condiciones económicas más ventajosas, incluyendo bonificaciones y menores tasas portuarias.

Un reciente informe de EY (Ernst&Young) refleja que existen “gastos evidentes que el Puerto de Sevilla está asumiendo, al contrario de lo que sucede en otros países, donde son costeados directamente por las Administraciones Públicas competentes o vía subvenciones”.

Este estudio, pionero en España, se refiere literalmente a “gastos impropios” y pone especial énfasis en la esclusa, inaugurada en 2010 tras una inversión superior a los 200 millones, para lo cual la Autoridad Portuaria de Sevilla (APS) tuvo que solicitar un préstamo al BEI que sigue pagando pese a que es una infraestructura esencial no solo para el desarrollo comercial de la ciudad, sino también para evitar inundaciones. De la misma manera, existen otros costes de este tipo que van desde la conservación de la propia esclusa y puentes hasta los dragados de mantenimiento. Todo lo anterior supone casi 10 millones de euros anuales -sobre un presupuesto de la APS de en torno a los 22,5 millones-, lo cual afecta a la competitividad de este puerto y merma la capacidad inversora.

A modo de ejemplo, en Francia, la financiación portuaria proviene tanto del sector

público como del privado; en Alemania, el Ayuntamiento de Hamburgo contribuye con subvenciones e inversiones en terrenos y equipamientos, mientras que en Países Bajos el Estado colabora en la conservación de las vías navegables a través del Fondo de Movilidad.

Parece obvio, pues, que se deben incluir modificaciones en la Ley de Puertos del Estado -actualmente en revisión en el Congreso- mediante las que se reduzca el importe de los mencionados “gastos impropios” y, en paralelo, se asimile el Puerto de Sevilla a los de Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla.

Igualmente, es necesario que se corrijan otros agravios, entre ellos, que no llegue el transporte público o que las empresas ubicadas en este enclave tengan que abonar un IBI hasta tres veces superior con respecto al de los principales municipios industriales de la provincia. Tampoco es lógico que no se permita el necesario dragado del río para que entren barcos de mayor calado o, ya de manera más global, que las inversiones públicas en Sevilla para infraestructuras se eternicen, ralentizando el crecimiento y la llegada de nuevos proyectos.

En un momento en el que la coyuntura geopolítica está obligando al Viejo Continente a reforzar su capacidad industrial, es imprescindible que todas las administraciones (comunitarias, estatales, regionales, locales) mimen a aquellos polos empresariales que cuentan con compañías fuertes e innovadoras. Poniendo la lupa sobre España, la situación es todavía más preocupante porque durante décadas se ha procedido al desmantelamiento de la industria. Versionando la célebre frase de Miguel de Unamuno, se podría decir que en nuestro país nos hemos agarrado fatalmente al “¡qué fabriquen otros!”. Apoyar a nuestros puertos no es una medida arbitraria, sino el mejor camino para seguir creando riqueza y empleo.

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

nº38 | Depósito Legal: SE 321-2022

Imprime: BERMONT

Ellas lo hicieron: historias de mujeres que convirtieron sueños en éxitos



Hace unos días, unas cuantas compañeras de AJE Andalucía charlábamos tranquilamente. Todo comenzó como una conversación en torno al 8M, pero pronto se transformó en un espacio lleno de historias, aprendizajes y reflexiones en primera persona sobre emprendimiento y liderazgo. Allí estábamos todas, compartiendo un rato entre confesiones, risas y alguna que otra lagrimita. Mujeres que, como yo, han deci-

dido tomar las riendas de su vida profesional y marcar el camino para muchas otras que vienen detrás. De esa conversación surgieron testimonios que hoy quiero compartir, no como historias lejanas, sino como relatos cercanos, reales, de mujeres de carne y hueso a las que admiro porque, a base de esfuerzo y valentía, están construyendo su futuro y el de tantas otras.

Empezar desde el propósito

Cada una de nosotras llegó a ese momento con una historia única, pero con un

hilo común: el propósito. Marta, por ejemplo, dejó atrás una carrera en una exitosa cabecera de moda para fundar su propia empresa. “No quería estar limitada por decisiones impuestas, sino tener la libertad de crear, de innovar”, nos confesaba. Hoy, su agencia es un referente en el sector y su historia es un recordatorio poderoso de que la libertad de elegir es el primer paso hacia la transformación.

En mi caso, mi historia fue diferente. Nunca soñé con ser empresaria. De hecho, lo que empezó como una responsabilidad personal de ayudar en el negocio familiar, se fue transformando con el tiempo en una verdadera pasión. Al principio, fue un reto abrumador, pero poco a poco descubrí que mi propósito iba más allá de lo que había imaginado: no solo mantener el negocio, sino reinventarlo, hacerlo crecer y aportar algo significativo a mi entorno.

Lecciones que deja el camino

En nuestra conversación, las lecciones de vida empezaban a ser una constante. Candela, por ejemplo, recordaba cómo transformó una finca familiar en el primer camping singular de Andalucía: “era renovar o morir”. Cuatro años de trabajo y muchas luchas burocráticas después, su perseverancia la ha llevado a construir un negocio exitoso, con el que no solo ha revalorizado un espacio, sino que ha creado nuevas oportunidades para muchas personas. La reflexión que me llevó fue clara: nunca abandonar lo que creemos.

Belén, por su parte, compartió una lección que a muchas nos resonó profundamente: “con AJE descubrí una nueva perspectiva sobre lo que significa ser empresaria: entendí que liderar un negocio no implica estar atada a él constantemente, sino trabajar estratégicamente para que funcione de forma autónoma y poder invertir mi tiempo en hacerlo crecer”. Nos contó que durante un tiempo se sintió atrapada en un círculo de autoexigencia, pero aprender a delegar y construir un equipo sólido le permitió transformar su empresa y su vida personal. El verdadero liderazgo se basa en la colaboración y la confianza.

La clave para seguir adelante

Una de las preguntas que surgió en nuestra charla fue: ¿qué nos mantiene en pie cuando todo parece cuesta arriba? Para Esther, que lidera una consultora especializada en fondos europeos, la respuesta era clara: “lo que me mantiene fuerte es mi equipo. Hemos creado un sentimiento colectivo, en el que el proyecto es de todos”. La clave para seguir adelante no está solo en la visión individual, sino en la capacidad de generar un ambiente de trabajo en el que cada miembro del equipo sienta que está construyendo algo propio.

Ángela, por su parte, destacó algo que me pareció fundamental: rodearse de per-

OPINIÓN

LAURA LUQUE
SECRETARIA DE IGUALDAD
DE AJE ANDALUCÍA

sonas que te desafíen. “Las personas mejores te hacen crecer, te empujan a ser mejor profesional”, nos dijo, reflejando su propio camino. A lo largo de su trayectoria, ha aprendido que las personas adecuadas pueden no solo hacer crecer un negocio, sino también a ti como profesional y como persona.

Y aquí es donde Belén recordaba que, en sus inicios, no encontraba muchos referentes de mujeres líderes en su sector, lo que le llevó a una decisión transformadora: convertirse en uno para otras.

¿Cuántos significados tiene el éxito?

Algo que me conmovió profundamente fue la forma en que fuimos definiendo el éxito. Para Estefanía, el éxito no tenía que ver con grandes logros materiales, sino con “acostarse cada noche con la satisfacción de haber construido un día significativo”. Marta, por su parte, lo definió como la posibilidad de “dedicarme a lo que me apasiona habiendo construido algo propio”. En mi caso, el éxito está en haber creado algo que no solo me permite crecer a mí, sino también a los demás. El éxito es un camino, no un destino final.

Y, como bien dijo Cinta, “nunca puedo decir ‘lo he conseguido’ porque cada día hay un nuevo reto”. Y es que, ¿no es el éxito un proceso continuo en realidad?

A la próxima generación de mujeres empresarias

Al final de nuestra charla, nos miramos y coincidimos en algo: el emprendimiento no es solo una forma de ganarse la vida, sino una herramienta poderosa para transformar la sociedad. Las mujeres representamos un 37% del tejido empresarial joven de Andalucía, generamos más de 12.500 empleos y aportamos a la economía más de 1.100 millones de euros. Pero, más allá de los datos, lo que nos mueve es el impacto real que nos define, el cambio tangible que estamos construyendo.

Por eso, hoy, en este 8M, quiero dejar un mensaje claro a todas las mujeres que están pensando en dar el paso: el momento es ahora. Quédate con el “no hay límites para lo que puedes lograr. Cree en ti, rompe barreras y lidera con valentía” con el que nos inspira Candela, con que “la verdadera fortaleza es aprender con cada tropiezo”, que nos recuerda Belén, con un “que nadie te haga sentir que no eres capaz” que siempre defiende Marta.

Como dice Ángela, “la Andalucía del futuro se construye con mujeres valientes, innovadoras y dispuestas a cambiar las reglas del juego”. Y ese futuro lo estamos construyendo todos, juntos, ahora.

¡La próxima protagonista de una conversación entre empresarias de éxito puedes ser tú!

Los asuntos públicos, asignatura pendiente de algunas empresas de gran alcance



OPINIÓN

ANTONIO RIVERO ONORATO

PERIODISTA. DIRECTOR DE GRAYLING ANDALUCÍA

 Antonio Rivero Onorato

anticipe a cambios normativos y participe también en su formulación. Asimismo, este departamento puede mejorar la reputación corporativa actuando de forma responsable y transparente en sus relaciones con los actores públicos. De esta forma, se gana credibilidad y confianza, lo que puede traducirse en una mayor lealtad de los consumidores, inversores y empleados.

Además, el establecimiento de relaciones con organismos gubernamentales y otras partes interesadas facilita la creación de alianzas que pueden ofrecer ventajas competitivas, como acceso a incentivos fiscales o proyectos conjuntos de investigación y desarrollo. Del mismo modo, se agilizan las gestiones de crisis relacionadas con decisiones gubernamentales que afecten a operaciones o reputación. En este sentido, contar con un equipo de asuntos públicos bien formado y conectado con las autoridades permite a las empresas mantenerse informadas sobre los cambios legislativos que puedan requerir ajustes operativos o incluso la adaptación de modelos de negocio.

El lobby y su regulación en España

El lobby, o la actividad de defensa de los intereses empresariales o asociativos ante las instituciones políticas y órganos de gobierno, es una parte fundamental de los asuntos públicos. Las empresas, organizaciones no gubernamentales (ONG) y otros grupos de interés utilizan el lobby para promover sus posiciones legítimas frente a las instituciones políticas, así como para proveer de datos e información técnica necesaria para los legisladores y gobernantes. Si bien este tipo de actividad no es en sí misma negativa, el problema surge cuando no se lleva a cabo de manera transparente, ética o legal, lo que puede generar corrupción y desigualdad de oportunidades.

En España, como en muchos otros países, la actividad del lobby ha sido objeto de creciente escrutinio y regulación en los últimos años. A medida que las empresas y otras organizaciones han aumentado su capacidad de influencia sobre los procesos legislativos, ha aumentado también la preocupación por la falta de transparencia y la posible manipulación de decisiones políticas en beneficio de intereses privados.

Por eso, se lanzó el Reglamento de Control de la Actividad de Lobby en 2020 que establece una serie de principios y requisitos con los que las empresas y los lobbistas deben cumplir para operar legalmente en el ámbito político español. Una de las principales exigencias es que todas las entidades que realicen actividades de lobby deben registrarse ante un organismo oficial. Este registro es público y accesible, lo que permite que los ciudadanos y otros actores políticos puedan conocer quién está intentando influir en las decisiones gubernamentales.

Otro aspecto destacable es la obligación de hacer públicas las reuniones que mantengan con cargos públicos o funcionarios del gobierno. De hecho, se debe declarar el objetivo de la reunión, los temas tratados y los resultados esperados de la misma. Además, los lobbistas están obligados a presentar informes detallados de sus actividades, incluyendo el desglose de los recursos empleados y los fines perseguidos. Esta medida busca evitar el uso de tácticas de presión opacas o manipuladoras.

También se ha establecido un marco normativo para evitar conflictos de intereses entre los funcionarios públicos y los lobbistas. Los exfuncionarios que hayan trabajado en el sector público no pueden desempeñar actividades de lobby durante un período determinado después de abandonar el servicio público. Consecuentemente, el reglamento establece un sistema de sanciones en caso de infracciones, así como la creación de una autoridad encargada de supervisar la actividad de lobby en España.

Actualmente, se encuentra en una etapa decisiva la tramitación en el Congreso de los Diputados del Proyecto de Ley de Transparencia e Integridad de las Actividades de los Grupos de Interés y el impulso del I Plan de Parlamento Abierto de la Cámara Baja.

Impacto de la regulación en las empresas

La implementación de estas normativas tiene un impacto directo en la forma en que las empresas gestionan sus relaciones con los actores públicos. Las firmas deben adaptar sus estrategias de lobby para cumplir con los requisitos de transparencia y evitar posibles sanciones. Además, la regulación también plantea retos adicionales, como la necesidad de destinar recursos a la gestión de estas actividades, tanto a nivel de personal como en la creación de informes detallados.

A pesar de los desafíos, la regulación también tiene aspectos positivos. Las empresas que logren adaptarse a estas normativas pueden mejorar su reputación al demostrar su compromiso con la transparencia y la ética en sus prácticas de influencia. Esto puede ser un factor diferenciador en un mercado cada vez más competitivo, donde los consumidores y las partes interesadas valoran la integridad de las compañías.

Por lo tanto, la gestión de los asuntos públicos es una función estratégica para las empresas que buscan influir en el entorno legislativo y regulador. La implementación de nuevas normativas de lobby en España representa un paso importante hacia un sistema más equitativo. Así, las empresas que gestionen adecuadamente sus relaciones con los actores públicos no solo estarán mejor posicionadas para influir en la legislación, sino que también fortalecerán su reputación y aumentarán su competitividad.

En un mundo globalizado y altamente interconectado, las empresas se enfrentan a una creciente necesidad de influir en el entorno político y social para garantizar el cumplimiento de sus intereses estratégicos. En este contexto, la gestión de los asuntos públicos se ha convertido en una función esencial dentro de la estructura organizativa de muchas compañías. De la misma manera, la implementación de normativas de lobby es más estricta, para hacer más transparentes las relaciones institucionales de las empresas con las administraciones públicas y las instituciones políticas, como ocurre en varios países de la Unión Europea, incluyendo España, que

ha transformado el modo en que las empresas pueden llevar a cabo esta labor de influencia.

Gestión eficaz de los asuntos públicos

Los asuntos públicos se refieren al conjunto de actividades realizadas por una empresa para defender sus intereses en las políticas, leyes y regulaciones que afectan a su actividad. Esto incluye el trabajo con legisladores, reguladores, organismos gubernamentales y otras partes interesadas para garantizar que las decisiones políticas favorezcan sus intereses, o al menos no perjudiquen su negocio.

Una buena gestión de los asuntos públicos puede ayudar a que una empresa se



El Mindset de la Nueva Era

OPINIÓN

ROSA SILES

CONSEJERA Y MENTORA
PARA EMPRENDEDORES,
EMPRESAS Y ENTIDADES
PÚBLICAS Y PRIVADAS

 Rosa Siles Moreno

El reto de redefinir el éxito en tiempos de incertidumbre

La sociedad ha construido durante años una idea de éxito vinculada a la competitividad, el reconocimiento y la acumulación de logros. Pero, ¿qué ocurre cuando este concepto se convierte en una fuente de estrés y ansiedad para las nuevas generaciones? Según un estudio del *Stanford Center for Youth Mental Health*, el 79% de los jóvenes sienten ansiedad por el futuro y la presión de alcanzar el éxito a toda costa.

Este dato refleja una realidad que afecta a empresas, universidades y entidades que buscan talento: vivimos en un mundo que

cambia a una velocidad vertiginosa, y aún seguimos midiendo el éxito con parámetros del pasado. Es el momento de repensar el éxito desde una nueva mentalidad, una forma de pensar y actuar que llamo el Mindset de la Nueva Era.

Una nueva mentalidad para un nuevo tiempo

Este concepto, del que tuve la oportunidad de hablar en TEDxUComillas, no solo es una idea inspiradora, sino una herramienta real para navegar la incertidumbre y construir futuro. El Mindset de la Nueva Era se basa en la capacidad de comprender que las oportunidades llegan cuando asumimos retos de gran alcance, aprendemos de los errores, desarrollamos resiliencia, trabajamos en comunidad y entendemos que el éxito ya no es brillar solos, sino formar parte de una constelación con es capaz de generar un impacto mucho mayor que del que podríamos lograr con nuestra mera acción individual.

Jaime Piqué Aguaded es un claro exponente de esta nueva mentalidad. Un joven andaluz con una visión diferente que decidió pensar en grande, dar un paso adelante y organizar TEDxUComillas. Su inquietud no es casualidad, forma parte de una generación imparables de jóvenes andaluces que han encontrado como referentes y palancas de desarrollo en programas como Sputnik, impulsado por Juan Martínez Barea, un pro-

grama referente y pionero en España que siembra en los jóvenes una semilla de ambición, curiosidad y ganas de transformar el mundo desde nuestra tierra.

Lo conocí en los campamentos de emprendimiento que organizamos en Andalucía Emprende, y hoy, años después, veo cómo sigue apostando por construir en vez de esperar. Consiguió una licencia TEDx, algo nada fácil, formó un equipo extraordinario con Lucía Martínez Echeverría, Marta Renedo Brú de Aragón, Juan Domínguez Lledó y 20 voluntarios, y llevó a cabo un evento memorable que reunió a personas dispuestas a lanzar su voz para cambiar el mundo. Como decía Juan Martínez Barea: *“El futuro pertenece a los que se atreven”*.

Más allá de los jóvenes: las empresas también necesitan este mindset

Este cambio de mentalidad no es solo un desafío generacional. Las empresas y organizaciones afrontan el reto ineludible de actualizar cómo piensan estratégicamente y reinventar como entienden el talento como un activo competitivo, con una nueva forma de atraer, desarrollar y fidelizar el talento. Es claro, la agilidad, la innovación y el impacto social ya no son tendencias, son necesidades estratégicas.

Las compañías que quieran liderar el futuro deben desarrollar esta mentalidad de crecimiento y acción de forma armonizada y natural. No se trata solo de contratar talento joven, sino de ofrecerle espacio para crear, desafiar el statu quo y co crear el futuro dentro de la organización.

El liderazgo del siglo XXI no se mide por cargos, sino por impacto. Y ahí es donde el talento se convierte en un activo invaluable.

Tengo la suerte de trabajar codo con codo con talento joven comprometido y de altas capacidades como José Luis García del Río o Carlota la Peña, de quienes aprendo

cada día nuevas formas de pensar y hacer. Ellos no solo traen ideas frescas, traen una nueva forma de entender el mundo y de hacer empresa.

Hacia un pacto por el talento y la innovación

Si queremos transformar el presente, debemos empezar por cambiar la forma en la que concebimos el éxito. Debemos apostar por un pacto en el que jóvenes, empresas e instituciones trabajen juntos para impulsar una mentalidad que rompa esquemas.

Si algo ha quedado claro es que el futuro no es una línea predeterminada, sino un espacio de posibilidades que construimos con cada decisión, con cada acción y con cada nueva forma de pensar.

Este es solo el comienzo de un camino apasionante en el que personas, empresas y organizaciones están llamadas a desafiar lo establecido y a desarrollar un mindset que impulse la innovación, el impacto y la transformación real.

Les invito a descubrir nuevas perspectivas inspiradoras como la de Ander Bilbao Sörensen y cómo la creatividad puede transformar nuestra vida; Marta Echarrri y las claves para invertir inteligentemente desde ya; Celia Llácer y la nueva visión del liderazgo; Eduardo Lecubarrri y los secretos del éxito y su visión sobre el emprendimiento; Antón Díez Tubet y la importancia de la libertad financiera; Alex Rayón y cómo pensar como humanos en un mundo cada vez más digitalizado; Rafael Vara y cómo emprender sin dinero; y mi gran descubrimiento Paula Fernández-Ochoa y su lema *“vive sonriendo”*, quien nos mostró el poder de la autenticidad y vivir sin límites.

Por mi parte, seguiré trabajando para que esta mentalidad llegue a más foros, más empresas y más espacios donde se construya el cambio. Porque el futuro no se espera, se lidera.

OPINIÓN

ENRIQUE DÍAZ

ROMERO

SALES MANAGER iSOLAR

En iSolar, llevamos años ayudando a hogares y empresas a reducir su factura eléctrica y ganar independencia energética gracias a la energía solar. Sabemos que muchos se preguntan si sigue siendo rentable invertir en placas solares ahora que las subvenciones son menos accesibles. La respuesta es clara: sí, sigue siendo una de las mejores inversiones posibles, incluso sin ayudas.

Muchas personas creen que sin subvenciones la inversión en energía solar deja de ser rentable, pero esto no es cierto. La realidad es que el ahorro que generan las placas solares hace que el autoconsumo siga siendo una de las mejores decisiones económicas. Con una instalación bien dimensionada, el retorno de inversión se consigue en pocos años, permitiendo disfrutar de electricidad gratuita durante más de dos décadas.

Uno de los mayores beneficios de la energía solar es la reducción inmediata en la factura de la luz. Con una instalación fotovoltaica, se puede ahorrar hasta un 70% en el consumo eléctrico, y esto no lo decimos nosotros, lo confirman los datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en su informe de 2024. Con la electricidad alcanzando un promedio de 104,2 €/MWh en 2024, generar nuestra propia energía es una decisión financiera inteligente.

En iSolar, diseñamos instalaciones personalizadas para que cada cliente obtenga el máximo rendimiento de sus paneles solares. Sin subvenciones, el retorno de inversión suele darse en 4 a 6 años, y con una vida útil de más de 25 años, el ahorro es enorme a largo plazo.

Si hay algo seguro en estos tiempos de incertidumbre energética, es que la energía solar es la mejor forma de protegerse contra las subidas del precio de la electricidad. La Agencia Internacional de Energía



La energía solar no necesita subvenciones para ser tu mejor inversión

(AIE) confirmó en su análisis de 2024 que los costos de la fotovoltaica han bajado un 82% en la última década, lo que la convierte en la fuente de energía más económica en muchas partes del mundo.

En iSolar, trabajamos con paneles de alta eficiencia y los últimos avances en tecnología, garantizando que nuestros clientes disfruten de la mejor calidad y los mayores ahorros posibles. Además, nuestros sistemas tienen un mantenimiento casi nulo, lo que maximiza aún más la rentabilidad.

La energía solar no solo reduce la factura de la luz, sino que protege contra la inflación energética. Según Red Eléctrica de España (REE), en 2024, la generación solar ya re-

presenta el 21,3% del mix energético español, ayudando a estabilizar el precio de la electricidad. Cuanta más energía generamos desde nuestros tejados, menos dependemos de las fluctuaciones del mercado.

Desde iSolar, ayudamos a nuestros clientes a optimizar su autoconsumo para que dependan lo menos posible de la red eléctrica. Con sistemas de almacenamiento inteligente, se puede aprovechar la energía generada incluso en horas sin sol, aumentando el ahorro.

Invertir en fotovoltaica no solo reduce costes, sino que aumenta el valor de la propiedad. Las viviendas con placas solares son más atractivas para compradores e inquilinos,

ya que garantizan menores gastos energéticos a largo plazo. Un informe de 2024 de Idealista revela que los inmuebles con sistemas solares pueden revalorizarse hasta un 10% más que aquellos sin autoconsumo.

Además, estamos contribuyendo a un planeta más limpio. Una instalación fotovoltaica de 5 kWp evita la emisión de aproximadamente 1,3 toneladas de CO₂ al año, lo que equivale a plantar 65 árboles.

Para sistemas más grandes, el impacto ambiental es aún mayor. En iSolar, analizamos cada caso de forma personalizada para maximizar los beneficios económicos y ecológicos de nuestros clientes.

No hay mejor momento para dar el paso, creemos que no hay que esperar a las subvenciones para invertir en energía solar. El ahorro es real desde el primer mes, el retorno de inversión es rápido y la independencia energética es un valor incalculable en el contexto actual. Nuestros clientes ya están disfrutando de facturas eléctricas mucho más bajas, y tú también puedes hacerlo.

Si quieres empezar a ahorrar y aprovechar la mejor tecnología fotovoltaica, en iSolar te asesoramos sin compromiso. Contacta con nosotros hoy mismo y recibe un estudio personalizado adaptado a tus necesidades. Llámanos, escríbenos o visita nuestra web y empieza a disfrutar del ahorro y la independencia energética cuanto antes.

 iSolar. Pásate al **AUTOCONSUMO**

Ofrecemos la mejor relación calidad precio



info@isolarenergia.es 633 652 640

El Futuro Económico de Andalucía: Innovación, Sostenibilidad y Cohesión Social



OPINIÓN

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

in Rocío Tornay Márquez

El otro día tuve la oportunidad de reflexionar junto con varios directivos andaluces la situación actual, evidentemente no podemos dar la espalda a los cambios geopolíticos que se están produciendo, sin embargo, precisamente por eso, quizás hoy más nunca necesitamos una mirada optimista y por eso no he podido

resistirme a pensar en Andalucía, en pensar en su evolución y cada vez me convengo de que en Andalucía las cosas se están haciendo cada vez mejor.

Evidentemente, Andalucía se enfrenta a un reto crucial: consolidarse como una economía moderna y resiliente sin perder su identidad y cohesión social. Según mi punto de vista, fundamentado en muchos de los estudios sectoriales que llevamos a cabo en Intelqualia, la conclusión a la que llego es las claves para lograrlo son la innovación, la sostenibilidad y el fortalecimiento del tejido empresarial. En este artículo, exploro cómo estas tres dimensiones pueden ser el motor de una transformación económica profunda y duradera, teniendo en cuenta el salto cualitativo que han dado los directivos andaluces y el crecimiento que están experimentando las empresas locales.

1. Innovación: más allá del turismo y la agricultura

Andalucía ha sido históricamente un motor económico basado en el turismo y la agricultura. Si bien estos sectores han proporcionado estabilidad, su dependencia los

hace vulnerables a fluctuaciones externas. La diversificación es clave para evitar crisis cíclicas. Para ello, es imprescindible potenciar sectores como la tecnología, la biotecnología, la industria aeroespacial y las energías renovables.

El apoyo a startups y la creación de hubs de innovación en ciudades como Málaga y Sevilla han demostrado que Andalucía tiene un potencial enorme en el ámbito tecnológico. Sin embargo, la inversión en I+D sigue siendo inferior a la media europea. Para cerrar esta brecha, es esencial una colaboración más estrecha entre universidades, empresas y administraciones públicas. La educación superior debe alinearse con las necesidades del mercado laboral, promoviendo carreras STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) y facilitando la transferencia tecnológica a las empresas.

Es importante destacar que los directivos andaluces han evolucionado significativamente en los últimos años, adoptando una mentalidad más global y tecnológica. Empresas de sectores emergentes, como la inteligencia artificial, la ciberseguridad y la biotecnología, están siendo lideradas por empresarios visionarios que han sabido captar talento, atraer inversión y expandirse internacionalmente. Este cambio de mentalidad ha permitido que Andalucía no solo sea un polo turístico, sino también un epicentro de innovación y emprendimiento.

2. Sostenibilidad: Crecimiento con Responsabilidad

El cambio climático y la transición ecológica no son solo desafíos globales, sino también oportunidades estratégicas para Andalucía. La región tiene un potencial único en energías renovables, con abundante sol y viento, lo que permite un desarrollo sostenible sin precedentes.

El auge del hidrógeno verde, la solar fotovoltaica y la eólica pueden convertir a Andalucía en un referente europeo de energía limpia. Sin embargo, para lograrlo, se requiere una estrategia integral que combine inversión

en infraestructuras, incentivos fiscales para empresas que adopten modelos sostenibles y políticas que fomenten la economía circular. El sector agrícola, por ejemplo, debe avanzar hacia modelos de producción más eficientes en el uso del agua y la energía, reduciendo su impacto ambiental sin perder competitividad.

La sostenibilidad también se traduce en desarrollo urbano inteligente. Ciudades como Málaga han liderado iniciativas de movilidad sostenible y digitalización, pero es fundamental que esta transformación se extienda a toda la región. La modernización del transporte público y el impulso de infraestructuras verdes mejorarán la calidad de vida y la competitividad de las ciudades andaluzas.

Los directivos andaluces han sido clave en esta transformación, promoviendo estrategias empresariales que integran la sostenibilidad en su núcleo. Grandes compañías del sector agroalimentario han implementado modelos de producción más eficientes y respetuosos con el medio ambiente, mientras que las empresas tecnológicas han desarro-

llado soluciones innovadoras para optimizar recursos y reducir la huella de carbono. Este compromiso empresarial ha permitido atraer inversiones sostenibles y posicionar a Andalucía como un referente en economía verde.

3. Cohesión Social: La base del progreso económico

Ninguna estrategia económica será efectiva sin cohesión social. Andalucía sigue enfrentando tasas de desempleo elevadas y una brecha económica significativa entre zonas urbanas y rurales. La inclusión social y la reducción de desigualdades deben ser una prioridad en cualquier plan de desarrollo.

La formación y el reciclaje profesional son herramientas fundamentales para mejorar la empleabilidad. Los programas de formación dual, que combinan educación y prácticas en empresas, han demostrado ser exitosos en países como Alemania y pueden ser replicados en Andalucía para reducir la desconexión entre el mercado laboral y la oferta educativa.

Asimismo, el acceso al crédito y el apoyo a pymes y emprendedores deben fortalecerse. Muchas empresas emergentes fracasan por falta de financiación inicial, lo que limita la capacidad de innovación y generación de empleo. Es necesario impulsar mecanismos de financiación alternativos, como fondos de inversión público-privados, incentivos fiscales para inversores y plataformas de crowdfunding.

Las empresas andaluzas han crecido significativamente en los últimos años, en gran parte gracias a la profesionalización de su gestión. La adopción de herramientas de gestión avanzada, la digitalización de procesos y la internacionalización han permitido que muchas pymes andaluzas den el salto a mercados globales. Además, el liderazgo empresarial ha evolucionado hacia modelos más colaborativos y enfocados en el talento, lo que ha generado un ecosistema más dinámico y competitivo.

Conclusión: Una estrategia de largo plazo

El futuro económico de Andalucía no depende de una sola variable, sino de una estrategia integral que combine innovación, sostenibilidad y cohesión social. Las decisiones que se tomen hoy determinarán si la región se convierte en un referente de crecimiento inteligente o si permanece atrapada en un modelo económico dependiente y vulnerable.

Los directivos y líderes empresariales andaluces tienen un papel clave en esta transformación. La apuesta por la modernización, la digitalización y la sostenibilidad no solo garantizará la competitividad de las empresas, sino que también contribuirá al bienestar de toda la sociedad. Solo a través de una visión estratégica y un compromiso real con el progreso, Andalucía podrá escribir un nuevo capítulo en su historia económica.

El crecimiento de las empresas andaluzas en los últimos años es prueba de que la región está en el camino correcto. La diversificación de sectores, la apuesta por la tecnología y la sostenibilidad, y la profesionalización del liderazgo empresarial han sentado las bases para un desarrollo económico sólido y duradero. Con una visión de futuro clara y el compromiso del tejido empresarial, Andalucía tiene el potencial de convertirse en un referente económico en España y Europa.



Los socios de Claver & Egler, Gonzalo J. Fdez-Sambruno y Susana Pedrero.

El Compliance como garantía de seguridad y competitividad en el sector portuario

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)

in Gonzalo Fernández Sambruno

Los puertos constituyen infraestructuras esenciales para el desarrollo económico y comercial de cualquier país. En ellos confluyen múltiples actores del sector privado y público, operando en un entorno altamente regulado y sujeto a cons-

tantes cambios normativos tanto a nivel nacional como internacional. En este contexto, el Compliance se erige como un pilar fundamental para garantizar el desarrollo sostenible, la competitividad y la prevención de riesgos legales y reputacionales en el ámbito portuario.

La complejidad del sector portuario y sus riesgos asociados

El sector portuario es un ecosistema donde interactúan operadores logísticos, empresas de transporte, navieras, consignatarias, aduanas, entidades financieras, aseguradoras y administraciones públicas. Esta interconexión genera un entramado normativo de gran complejidad, en el que cualquier incumplimiento puede derivar en sanciones, pérdidas económicas y perjuicios reputacionales.

Los principales riesgos que afrontan las empresas que operan en los puertos incluyen:

- **Riesgos de corrupción y soborno:** La interacción con funcionarios públicos y entidades reguladoras puede propiciar prácticas corruptas, que no solo conllevan sanciones económicas y penales, sino que pueden suponer la pérdida de confianza de socios comerciales e inversores.

- **Riesgos en materia de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo:** Los puertos, al ser puntos estratégicos del comercio internacional, pueden

ser utilizados para operaciones de blanqueo de capitales o financiación de actividades ilícitas. Un programa de Compliance eficaz debe incluir protocolos de debida diligencia y monitoreo de operaciones.

- **Riesgos medioambientales:** El impacto ambiental de las operaciones portuarias es significativo, y la legislación impone estrictas normativas para la gestión de residuos, emisiones contaminantes y control de vertidos. El incumplimiento de estas normativas puede derivar en sanciones millonarias y daños irreparables a la reputación corporativa.

- **Riesgos laborales y de seguridad en el trabajo:** La operativa portuaria implica riesgos laborales elevados debido al manejo de maquinaria pesada, sustancias peligrosas y la exposición a condiciones climáticas adversas. Cumplir con la

normativa en materia de prevención de riesgos laborales es esencial para evitar accidentes y sanciones administrativas.

- **Riesgos en la competencia y contratación pública:** Las empresas que operan en los puertos deben asegurarse de cumplir con la legislación en materia de competencia y evitar prácticas colusorias o abusivas en licitaciones y concesiones.

- **Riesgos fiscales y aduaneros:** La gestión de tributos y aranceles en un entorno globalizado exige el cumplimiento riguroso de la normativa aduanera, evitando fraudes

fiscales o prácticas de elusión que puedan derivar en inspecciones y sanciones económicas.

El Compliance como herramienta de prevención y ventaja competitiva

La implementación de programas de Compliance en el sector portuario no solo es una exigencia normativa, sino una inversión estratégica para garantizar la sostenibilidad y competitividad de las empresas.

1. **Prevención de sanciones y riesgos legales:** Un programa de Compliance permite identificar y mitigar riesgos antes de que se materialicen en sanciones, reduciendo la exposición de la empresa a consecuencias económicas y penales.

2. **Mejora de la reputación y confianza de los "stakeholders":** Empresas con sólidos programas de Compliance generan mayor confianza en clientes, inversores y administraciones públicas, consolidando su posición en el mercado.

3. **Acceso a licitaciones y contratos con grandes corporaciones:** Cada vez más administraciones y grandes empresas exigen a sus proveedores el cumplimiento de estándares de Compliance como requisito indispensable para participar en concursos y contratos.

4. **Reducción de costes operativos y optimización de procesos:** La implementación de controles internos eficaces ayuda a prevenir fraudes, reducir errores operativos y mejorar la eficiencia de la organización.

5. **Cumplimiento normativo y seguridad jurídica:** Un adecuado sistema de Compliance proporciona a la empresa la tranquilidad de operar dentro del marco legal, minimizando la incertidumbre jurídica y el impacto de eventuales cambios regulatorios.

Claves para un programa de Compliance exitoso en el sector portuario

Para que un programa de Compliance sea efectivo en el sector portuario, debe incluir al menos los siguientes elementos:

- **Código de conducta y políticas internas:** Deben establecerse normas claras sobre la actuación de empleados y directivos en el marco normativo aplicable.

- **Canales de denuncia y formación continua:** Se deben habilitar mecanismos confidenciales para reportar irregularidades y formar periódicamente al personal sobre los riesgos y responsabilidades legales.

- **Evaluación de riesgos y debida diligencia:** La empresa debe realizar auditorías periódicas y controles de terceros con los que mantiene relaciones comerciales.

- **Supervisión y actualización constante:** La normativa y los riesgos en el sector portuario están en continua evolución, por lo que es imprescindible revisar y actualizar los programas de Compliance de forma periódica.

Conclusión

El Compliance es una necesidad ineludible para las empresas que operan en el sector portuario. Más allá de una obligación legal, constituye una estrategia de prevención de riesgos y mejora de la competitividad en un entorno altamente regulado y expuesto a múltiples amenazas.

La correcta implantación de un programa de Compliance no solo protege a la empresa de sanciones y responsabilidades, sino que fortalece su imagen y la posiciona como un actor confiable en el mercado global. En este sentido, contar con asesoramiento especializado en la materia es clave para garantizar el éxito y la sostenibilidad de la actividad en el sector portuario.

OPINIÓN

GEMA PÉREZ

LOZANO

TESORERA FAME

GERENTE GRUPO IBERIAN

La importancia del Puerto de Algeciras para el desarrollo del Campo de Gibraltar



El Puerto de Algeciras desempeña un papel crucial en el desarrollo económico del Campo de Gibraltar, actuando como un motor de actividad económica en la región. Su ubicación estratégica lo convierte en uno de los puertos más importantes del Mediterráneo, facilitando el comercio internacional y la

conexión entre Europa y África, siendo un punto clave para el tráfico de pasajeros y los servicios de ferry hacia Marruecos. Por otro lado, el desarrollo del puerto ha impulsado a muchas empresas locales y ha creado numerosos empleos en diversos sectores como logística, turismo y servicios marítimos. En conjunto, estas características hacen del Puerto de Algeciras un elemento

vital no solo para la economía comarcal, provincial, autonómico y/o nacional, sino también para facilitar el comercio intercontinental en un mundo cada vez más interconectado.

Si bien esto es solo la punta del iceberg. La realidad es que el Puerto de Algeciras no desempeña el papel que debería porque actualmente es solo un puerto de tránsito. No es la entrada a Europa del comercio entre Asia y América. El Puerto de Tanger MED es nuestra mejor competencia actualmente y de esto hablamos otro día.

La Comarca del Campo de Gibraltar, a lo largo de la historia, ha tenido muchos más titulares por narcotráfico o por llegada de personas que llegan buscando un mundo mejor que por la repercusión económica "crucial" de El Puerto de Algeciras.

El futuro económico del Campo de Gibraltar está intrínsecamente ligado a la expansión y modernización del puerto. La inversión en infraestructura, como el tan demandado FERROARRIL que conecta el puerto con Europa, es fundamental y necesario para mejorar la logística y aumentar la competitividad. Además, se han desarrollado zonas de actividades logísticas alrededor del puerto, lo que no solo optimizará en un futuro las operaciones comerciales, sino que también contribuirá a generar empleo, y a atraer nuevas empresas al área. Asimismo, se están implementando iniciativas para fomentar la sostenibilidad en las operaciones portuarias, promoviendo el uso de energías renovables y prácticas respetuosas con el medio ambiente. Estas medidas no solo beneficiarán al ecosistema local, sino que también posicionarán al Campo de Gibraltar como un referente en innovación y responsabi-

lidad social. En este contexto, es crucial que todas las administraciones públicas colaboren estrechamente para garantizar una planificación adecuada y maximizar los beneficios de estas inversiones. Con un enfoque adecuado, el puerto del Campo de Gibraltar podría convertirse en un motor económico clave para la región durante las próximas décadas, transformando su potencial en oportunidades reales para todos sus habitantes.

Los números hablan por sí solos. El Puerto Bahía de Algeciras superó en 2023 los 100 millones de toneladas por octavo año consecutivo. Este volumen de actividad le consolida como líder en tráfico total del Sistema Portuario Español y uno de los cuatro principales puertos europeos tras los gigantes Rotterdam, Amberes y Hamburgo. Mantiene una conexión directa con 200 puertos del mundo a través de 142 servicios regulares y 23 líneas navieras, y sus terminales de contenedores, APM Terminals Algeciras y Total Terminal International Algeciras, atienden cada año más de 200 megabuques de entre 16.000 y más de 24.000 TEUs.

Pero no hemos de ser cínicos ni morir de éxito contemplando desde la lejanía lo que podemos llegar a ser. El sistema territorial es una construcción social que representa el estilo de desarrollo de una sociedad que ha de ser promovida, fomentada, liderada y ejecutada por la intervención de todos los responsables políticos que crean, al igual que creemos todos los campogibraltareños y campogibraltareñas, que esta comarca anhela de unas inversiones reales en infraestructuras que nos permita convertirnos en la verdadera puerta de entrada de las mercancías que lleguen por vía marítima y tenga que llegar por vía terrestre a su destino en cualquier lugar de Europa. Y esto solo se consigue llevando a la práctica una serie de interacciones económicas que proporcione acceso y movilidad a nuestra comarca en busca de acabar con los desequilibrios actualmente existentes en el desarrollo de los puertos contra los que competimos y que históricamente han contado con la intervención voluntaria y dinámica del Estado a la hora de ejecutar grandes obras de infraestructuras y proyectos de inversión.

Dicho de otra forma, clara y contundente, El Puerto de Algeciras depende de una sola intervención: la conexión ferroviaria del corredor del Mediterráneo. Más de un siglo después sigue sin esa infraestructura vital para su futuro.

El SERCLA en los conflictos del sector público



OPINIÓN

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

La reciente huelga de los trabajadores de CETURSA, empresa pública dedicada a la gestión de la estación de esquí y montaña de Sierra Nevada, plantea la pregunta de por qué el Sistema de Resolución Extrajudicial de Conflictos Laborales de Andalucía (SERCLA) no puede intervenir en la resolución de este conflicto, como por el contrario hace en los conflictos de sector público local o provincial.

Técnicamente partimos de una prohibición de intervención recogida en febrero de 2022 en el Reglamento SERCLA esta-

bleciéndose en su art. 4.4.d) que “*Quedan expresamente excluidos del ámbito de aplicación del SERCLA los siguientes conflictos: conflictos que afecten al sector público para aquellas materias en las que no sea posible alcanzar un acuerdo o pacto, por establecerlo así una norma legal con rango de ley o cuando tal acuerdo suponga una transacción reservada a órganos ejecutivos o legislativos*”. De igual forma se suprimió la referencia de la anterior Disposición Adicional 1º del Reglamento SERCLA al personal laboral de la Junta de Andalucía. Actualmente se inadmiten automáticamente todas las solicitudes de mediación y arbitraje SERCLA que procedan del sector público de la Junta de Andalucía, aunque en sus orígenes, el Reglamento SERCLA de 1998, sí se contemplaba la intervención en estos conflictos.

Puede parecer ilógica esta abstención o retirada del SERCLA a partir de 2022. Ha habido sonados conflictos de sector público andaluz como el reciente de VEIASA (las ITV) o el del Patronato de la Alhambra y Generalife, en los que no ha sido posible intervenir. Sin embargo, se producen continuas intervenciones en el sector público municipal, por ejemplo, en las huelgas de transportes urbanos. Es más, el VI Acuerdo sobre Solución Autónoma de Conflictos Laborales (VI ASAC) de 26 de noviembre de 2020, estatal, incluyó en su art. 4.4 los conflictos que se susciten entre los empleados públicos y la Administración General del Estado o demás organismos de derecho público dependientes. Y en el ámbito andaluz, el art. 88 de la Ley 5/2023, de 7 de junio, de Función Pública de Andalucía, recoge la posibilidad de intervención del SERCLA en conflictos de carácter general de personal funcionario o estatutario, y la mediación y conciliación en la solución de conflictos derivados de negociación colectiva del personal laboral, que son los conflictos que generan normalmente la declaración y convocatoria de huelga. No obstante la Ley de Función Pública está aún pendiente de desarrollo reglamentario.

En cualquier caso, parece haber una contradicción normativa que se acentúa a la luz de la Ley 3/2020, de 28 de diciembre, de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 2021, que estableció en su art. 24 la obligatoriedad de los informes previos favorables de función pública y Hacienda para el inicio de negociaciones colectivas, mediaciones, conciliaciones y arbitrajes en conflictos del Sector Público, y en su Disposición Adicional 11ª para

las empresas, agencias y fundaciones del sector público instrumental, la prohibición de adopción de pactos en el marco del sistema de mediación y conciliación, así como el acceso al arbitraje, salvo lo dispuesto en el art. 21.3 de la Ley de Hacienda Pública de la JA, lo que parece introducir una contradicción que no es tal dado que la D.A. 11ª es una norma especial sobre la norma general art. 24 Ley Presupuestos 2021, y podría entenderse que con autorización por Decreto de Consejo de Gobierno o autorización del Parlamento podría darse luz verde al acuerdo de mediación en función de la cuantía litigiosa. La Disposición Adicional 9ª de la Ley 12/2023, de 29 de diciembre, de Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía, sigue vedando la posibilidad de transar en el SERCLA para los conflictos del sector público, y el art. 21.3 del Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de la Hacienda Pública de la Junta de Andalucía sigue estableciendo como norma púrtico de referencia que “*No se podrá transigir judicial ni extrajudicialmente sobre los derechos de la Hacienda de la Junta de Andalucía, ni someter a arbitraje las contiendas que se susciten de los mismos, sino mediante Decreto acordado en Consejo de Gobierno*”.

En un informe jurídico de la propia Consejería de Empleo de julio de 2024 se determina que, con carácter general, la mediación previa, aunque se encuentre exceptuada como requisito para el acceso a la jurisdicción laboral, para conflictos individuales y colectivos que afecten al sector público, no se encuentra excluida si las partes acuden en tiempo oportuno voluntariamente de común acuerdo. Es decir, podría modificarse el vigente Reglamento SERCLA admitiendo a trámite la solicitud de mediación. No obstante, el informe dictamina que para la válida tramitación de la mediación previa, deberá cumplirse con el requisito exigido por la Ley de Presupuestos que requiere informe favorable para la determinación o modificación de las retribuciones demás condiciones de trabajo del personal del sector público andaluz, entre las que se incluye la adopción de pactos en el marco de sistemas de mediación y conciliación, así como, en su caso, al acceso a arbitraje, en aquellas materias que tengan incidencia en la naturaleza de las relaciones laborales, debiendo actuar como un requisito de procedibilidad para la admisión de la solicitud de mediación que debiera establecerse en el Reglamento de funcionamiento y procedimiento SERCLA.

En definitiva, si se habilitara un sistema de concesión simplificada de informes previos por parte de función pública/hacienda para iniciar las mediaciones en conflictos de sector público de la Junta de Andalucía, (establecimiento de límites de incrementos salariales, por ejemplo) el SERCLA podría hacerse cargo de estos conflictos, con una modificación del art. 4 de su Reglamento. El Consejo Andaluz de Relaciones Laborales posee una herramienta para la resolución de conflictos laborales que ha sido testada en miles de conflictos a lo largo de veinticinco años, y sería muy importante que pudiéramos utilizarla en aquellos que se originan dentro de la propia Administración de la Junta de Andalucía. Habremos de seguir trabajando en esta relevante cuestión por el interés de todos.



OPINIÓN

ANA JÁUREGUI RAMÍREZ

VICEPRESIDENTA DEL CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS OFICIALES DE GRADUADOS E INGENIEROS TÉCNICOS INDUSTRIALES DE ESPAÑA, COGITI, Y DECANA DEL COLEGIO OFICIAL DE GRADUADOS E INGENIEROS TÉCNICOS INDUSTRIALES DE SEVILLA, COGITISE

 Ana María Jáuregui Ramírez

 @amjauregui

El mar en el corazón de Andalucía

2 2,7 millones de euros en 2024. La facturación del Puerto de Sevilla el pasado año batió récords. Se trata de un, nada desdeñable, 9,8% más y generando 5,62 millones de euros de beneficios, o lo que es lo mismo, un crecimiento del 71,8%. Las cifras lo dejan claro, el puerto de Sevilla está a pleno rendimiento, algo que revierte positivamente en la ciudad.

Hace apenas unas semanas, Sevilla confirmaba su posición como séptima provincia española con el mejor nivel de crecimiento y, además, lidera las exportaciones andaluzas y ocupa la plaza número 11 a nivel nacional. Son 10.000 millones de euros en ventas, un crecimiento del 22,2% con respecto a 2023.

Las cifras son positivas, las perspectivas de crecimiento importantes, la influencia en

la economía sevillana notable y, lo mejor de todo, no estamos solos.

Andalucía lidera el ranking de exportaciones en España. Según datos de Puertos del Estado, en 2022, los puertos andaluces gestionaron más de 100 millones de toneladas de mercancías, lo que representa aproximadamente el 20% del total de mercancías movidas en todos los puertos españoles. Este volumen de tráfico no solo refleja la importancia de estos puertos en el comercio exterior, sino que también subraya su contribución al PIB regional y nacional. En términos de empleo, se estima que los puertos andaluces generan más de 100.000 puestos de trabajo directos e indirectos, los que les convierte en un sector clave para el tejido industrial de nuestra tierra.

Los puertos andaluces, aunque con características diferentes, tienen la oportunidad de sumar un todo y de llevar a nuestra economía a un mejor puerto (nunca mejor dicho). Siempre he defendido la efectividad del trabajo en equipo por encima de los logros individuales de cada uno y considero que aquí y ahora tenemos una gran oportunidad de triunfar. Más aún cuando las exportaciones de productos andaluces, centradas por ingresos en el sector aeronáutico y olivarero, se enfrentan a un panorama internacional cargado de incertidumbre. No sabemos qué va a pasar con los anunciados aranceles norteamericanos a los productos alimentarios, la llegada del acuerdo de la UE con Mercosur puede ser una traba para los agricultores andaluces si la normativa no iguala las exigencias sanitarias y medioambientales y, por otro lado, el sector de la defensa puede sufrir grandes cambios según se desarrolle la guerra de Ucrania. ¿Qué va a pasar? No lo sabemos, pero sí tenemos una certeza: debemos estar preparados.

Vivimos un momento de cambio, un momento de incertidumbre y, por tanto, un momento de grandes oportunidades. La clave para aprovechar esta situación está clara: apostar de lleno por la implantación de la tecnología para ganar eficiencia.

La digitalización se ha convertido en un pilar fundamental para mejorar la competitividad de los puertos andaluces. Iniciativas como el Plan de Digitalización de Puertos ya están en marcha para modernizar las infraestructuras y optimizar los procesos logísticos. El Puerto de Algeciras es un claro ejemplo de ello, ya ha implementado un sistema de gestión portuaria basado en tecnologías de la información que permite un seguimiento en tiempo real de las operaciones, mejorando la coordinación entre los diferentes actores involucrados.

Mientras, en Sevilla se ha desarrollado un sistema de ventanilla única digital, que facilita la tramitación de documentos y permisos para las empresas que operan en el puerto. Este sistema, impulsado por la Autoridad Portuaria de Sevilla en colaboración con empresas tecnológicas locales, ha reducido significativamente los tiempos de espera y ha mejorado la experiencia de los usuarios.

Además de la digitalización, los puertos andaluces están adoptando soluciones logísticas innovadoras. La implementación de tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT) y la inteligencia artificial (IA) está permitiendo una gestión más eficiente de las operaciones portuarias. El Puerto de Málaga ha comenzado a utilizar sensores IoT para monitorear el estado de las mercancías en tiempo real, lo que permite una mejor gestión de la cadena de suministro y una reducción de pérdidas.

Empresas como Acciona y APM Terminals están liderando el desarrollo de estas tecnologías en colaboración con las autoridades portuarias, contribuyendo a la creación de un ecosistema logístico más ágil y eficiente.

A medida que continúan evolucionando y modernizándose, los puertos andaluces no solo fortalecerán su papel en la economía nacional, sino que también contribuirán al desarrollo sostenible y a la competitividad de España en el ámbito internacional.

Además, no podemos olvidar la relevancia que, a todas luces, parece que tendrá el desarrollo del Valle Andaluz del Hidrógeno. Si conseguimos liderar la producción de hidrógeno verde, nuestra tierra puede liderar no solo la generación de energías limpias en Europa, sino también su exportación. Y es aquí donde los puertos andaluces tienen mucho que decir. Contamos con una ubicación estratégica para que estas perspectivas se conviertan en realidades.

Considero, por tanto, que la inversión en infraestructura y tecnología es esencial para garantizar que nuestros puertos sigan siendo motores de crecimiento y desarrollo en el futuro. En un contexto global donde la logística y la digitalización son fundamentales, los puertos andaluces ya se están transformando para adaptarse a las nuevas demandas del mercado, consolidándose como un eje estratégico en la cadena de suministro. Por tanto, la ingeniería seguirá siendo un pilar fundamental para abordar estos retos, mediante la implementación de soluciones.

La colaboración entre ingenieros, administraciones y empresas es clave para seguir impulsando el crecimiento y la competitividad de Andalucía en el ámbito portuario y al mismo tiempo ser un referente nacional. Andalucía cuenta con la ubicación idónea, con el conocimiento, la tecnología y la solidez política para seguir avanzando en su posicionamiento a escala nacional.

El Puerto de Sevilla, eje económico y urbanístico vertebrador de la ciudad



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



el comercio en el sur de Europa. En 2022, el puerto movió cerca de cuatro millones de toneladas de mercancías, un dato significativo dentro de la economía regional. Los productos más transportados incluyen productos químicos, agroalimentarios, maquinaria y mercancías generales.

2. Contenedores

Aunque no es un puerto especializado en contenedores, el Puerto de Sevilla ha experimentado un crecimiento sostenido en el tráfico de contenedores. La modernización de sus instalaciones y la inversión en tecnología ha permitido una mayor capacidad en el manejo de este tipo de carga, convirtiéndolo en un puerto competitivo a nivel nacional.

3. Empleo: El Puerto de Sevilla genera miles de puestos de trabajo directos e indirectos en sectores como la logística, el transporte, la industria naval y la construcción. Esta actividad laboral ha sido clave para la economía sevillana, no solo en términos de empleo portuario, sino también en la creación de empresas auxiliares y servicios relacionados con la actividad portuaria.

El Puerto de Sevilla es una de las infraestructuras más importantes de Andalucía y es y ha sido un motor clave del desarrollo económico de la ciudad a lo largo de su historia. A continuación, analizaré las principales magnitudes económicas del puerto y los hitos más relevantes de su historia, además de su impacto en la traza urbana de Sevilla.

Principales Magnitudes Económicas del Puerto de Sevilla

1. Tráfico de mercancías: El Puerto de Sevilla es el principal puerto interior de España y uno de los más importantes en términos de volumen de mercancías. A pesar de ser un puerto fluvial, su actividad es crucial para

4. Conexiones internacionales: Gracias a su ubicación estratégica, el sevillano tiene conexiones con otros puertos internacionales, especialmente en el Mediterráneo, y actúa como un punto clave para las exportaciones españolas hacia América y África. Esto ha convertido a la ciudad en un centro logístico internacional, favoreciendo el crecimiento económico regional.

Una vez que hecha una foto fija del Puerto, me gustaría repasar los principales hitos en su historia que han configurado al puerto de Sevilla en su actual realidad. Habría que retrotraerse hasta su fundación, donde sus orígenes se remontan a la época romana, pero fue en el siglo XV cuando, tras el descubrimiento de América, Sevilla experimentó un auge económico gracias a su puerto.

Durante la Edad Moderna, el puerto fue el principal punto de entrada de los metales preciosos traídos de América, lo que consolidó a la ciudad como el centro comercial más importante de España.

El cierre del puerto al mar en el siglo XVII es sin duda un hecho muy reseñable pues partir del siglo XVII, debido a la sedimentación del río Guadalquivir, el puerto empezó a quedar cada vez más alejado del mar. Este cierre gradual tuvo un impacto negativo en la competitividad de Sevilla, lo que llevó a la ciudad a perder su rol como puerto principal del Imperio Español en favor de Cádiz, más cercano a la costa.

Otra época histórica la podemos denominar de recuperación y modernización fue el siglo XIX y XX, pues con la llegada de la industrialización y la necesidad de recuperar su rol comercial, Sevilla comenzó a modernizar sus infraestructuras portuarias. A finales del siglo XIX y principios del XX se emprendieron proyectos como el dragado del río y la construcción de nuevos muelles, que permitieron que el puerto recobrara actividad.

Con la apertura al tráfico internacional en las últimas décadas, el Puerto de Sevilla ha experimentado una notable expansión gracias a las inversiones en infraestructuras y la ampliación de sus capacidades. Esto ha favorecido su integración en las rutas comerciales internacionales, lo que ha impactado positivamente en la economía local.

Me gustaría profundizar en el Impacto en la Traza Urbana de Sevilla que ha tenido una influencia significativa en la configuración de la ciudad, tanto en términos de crecimiento como de transformación:

1. Expansión urbana hacia el río: A lo largo de los siglos, el puerto ha condicionado la expansión de la ciudad, especialmente hacia la zona sur y el oeste, donde se han desarrollado polígonos industriales y áreas residenciales. El área del Puerto Triana, por ejemplo, ha sido clave en el desarrollo de la ciudad, aunque también ha enfrentado retos en términos de integración urbana.

2. Transformación de la Isla de la Cartuja: Uno de los hitos más importantes de la transformación urbana relacionada con el Puerto de Sevilla fue la reutilización de la Isla de la Cartuja para la Expo 92. Este evento supuso una regeneración de la zona, convirtiéndola en un polo de desarrollo tecnológico, cultural y residencial, con un fuerte vínculo al puerto.

3. La modernización de las infraestructuras urbanas: La necesidad de adecuar las infraestructuras portuarias a los nuevos tiempos ha impulsado proyectos de modernización de la ciudad, incluyendo la mejora de accesos viales, la construcción de puentes y la regeneración de espacios urbanos cercanos al puerto.

Estos desarrollos han reconfigurado algunas zonas de Sevilla, como el Distrito Norte, que ha pasado de ser una zona industrial a convertirse en un área más integrada con el resto de la ciudad.

4. Impacto ambiental y social: El Puerto de Sevilla también ha tenido un impacto ambiental y social significativo. Las autoridades han tenido que abordar el reto de integrar el puerto con el entorno urbano, equilibrando la actividad industrial con la sostenibilidad y la calidad de vida de los ciudadanos. La reconversión de áreas industriales cercanas al puerto en espacios verdes y comerciales ha sido una estrategia para mejorar la calidad urbana de la ciudad.

Al cierre de este artículo el Ayuntamiento de Sevilla acaba de aprobar el denominado Plan Puerto y la reurbanización de todo el sur de la ciudad con especial atención al río y sur márgenes, lo que llevará a la construcción de un nuevo espacio urbano para viviendas, oficinas locales y espacios lúdicos único en Europa que configurará esa nueva fisonomía de la ciudad para este siglo XXI.

En conclusión, el Puerto de Sevilla ha sido un elemento central en la historia económica y urbana de la ciudad, influenciando su crecimiento y transformación desde la Edad Moderna hasta la actualidad. Su evolución ha dejado huellas profundas en la traza urbana y en la economía sevillana, convirtiéndolo en un referente logístico y económico de la región.



En excedencias voluntarias, solo es obligatorio ofrecer una vacante cuando es idónea

OPINIÓN

ANA MARÍA

DELGADO

ABOGADA LABOR10

ASOCIADA ALJURA

Las excedencias han sido y continúan siendo un derecho de las personas trabajadoras al que se recurre frecuentemente y que permite la suspensión de la relación laboral sin que esta se extinga definitivamente. Dentro de este marco, se distinguen dos modalidades: las excedencias forzosas y las excedencias voluntarias. Entre ambas, la más común es la excedencia voluntaria, ya que su concesión no exige la justificación de una causa específica.

Sin embargo, este tipo de excedencia plantea una cuestión fundamental: el derecho de reingreso del trabajador una vez finalizado el período de suspensión, ya que lo que este conserva no es una reserva de puesto sino un derecho preferente al reingreso.

En este sentido, el artículo 46.5 del Estatuto de los Trabajadores establece que el trabajador en excedencia voluntaria solo ostenta un «derecho preferente al reingreso en las vacantes de igual o similar categoría a la suya que hubiera o se produjeran en la empresa». Lo anterior, no obstante, no disipa todas las dudas. ¿Debe la empresa ofrecer cualquier vacante disponible o solo aquellas que sean realmente equivalentes al puesto previo del trabajador?

Esta cuestión no es baladí, ya que en caso de ser una vacante de obligatorio ofrecimiento y no llevar a cabo el mismo la empresa, se estaría produciendo el despido tácito del trabajador. Por ello, la jurisprudencia ha ido delimitando en qué casos la empresa debe ofrecer una vacante de forma obligatoria y en cuáles no.

Así, para que una vacante genere la obligación de reincorporar al trabajador excedente, debe cumplir un criterio esencial: debe ser idónea. El Tribunal Supremo ha desarrollado este concepto en diversas sentencias, como la Sentencia del Tribunal Supremo núm. 935/2017, de 28 de noviembre, destacando la necesidad de que la vacante tenga una relación de simetría o equivalencia con la posición que el trabajador tenía antes de su excedencia. Este criterio se evalúa desde diferentes perspectivas.

En primer lugar, desde el punto de vista de las necesidades empresariales, la vacante



que exista o surja en la empresa, para que nazca la obligación de ofrecerla, debe ser simétrica o equivalente a la posición que ocupaba el trabajador excedente, teniendo ambas posiciones una misma proyección en su objeto.

En segundo lugar, desde el prisma de la dinámica del contrato, la simetría o equivalencia también ha de producirse para que se dé la idoneidad de la vacante y que surja la obligación de ofrecerla, ya que lo contrario supondría una novación contractual sujeta a consentimiento bilateral sin que pueda ser impuesta, so pena de que, en caso de rechazar la vacante, el trabajador pierda el derecho de reingreso causando baja en la empresa.

En tercer y último lugar, desde el punto de vista de la correlación que existe entre el derecho de reingreso del trabajador y la obligación o deber de ofrecimiento de la vacante, también debe existir necesariamente una simetría, ya que el trabajador excedente únicamente podrá exigir aquella plaza cuyo ofrecimiento le resultase de obligada aceptación, suponiendo el rechazo de esta el decaimiento de su derecho expectante y preferente de reingreso. En otras palabras, si la vacante disponible no cumple con los criterios de simetría y equivalencia, el trabajador no está obligado a aceptarla, pero si la rechaza cuando sí es adecuada, perderá su derecho preferente al reingreso.

Estos principios fueron reforzados por el Tribunal Supremo en la Sentencia núm. 69/2023, de 25 de enero, donde nuestro Alto Tribunal reiteró que «el trabajador excedente sólo puede exigir como plaza vacante aquella que por fuerza habría de aceptar si le fuese ofertada y que a la vez el empresario necesariamente hubiera de ofrecerle [desde el momento en que el empleado solicite temporalmente su reincorporación, claro está]».

Otro aspecto relevante que surge en la práctica es determinar qué ocurre si, en el momento en que el trabajador solicita su reincorporación, la empresa alega la inexistencia de una vacante idónea. En este caso, el derecho de reingreso no se extingue automáticamente, sino que el trabajador mantiene su derecho preferente de forma indefinida, sin necesidad de reiterar su solicitud en el futuro. Esto significa que la empresa queda obligada a ofrecerle la primera vacante adecuada que surja, sin que el trabajador deba estar solicitando constantemente su reingreso. Ahora bien, si llegado ese momento el trabajador rechazase una vacante que cumple con los requisitos de simetría y equivalencia, su derecho de reingreso decaería y la empresa quedaría exonerada de cualquier obligación futura. Es decir, si el trabajador renuncia a reincorporarse en una plaza que se ajusta a su puesto anterior, no podrá reclamar posteriormente otra vacante más favorable.

De este modo, la incertidumbre sobre el alcance del derecho de reingreso genera en muchas empresas la duda de si cualquier vacante disponible debe ser ofrecida obligatoriamente al trabajador excedente. La respuesta es clara: no todas las vacantes generan esta obligación. Solo aquellas que cumplan con los criterios de simetría y equivalencia suponen su obligatorio ofrecimiento por parte de la empresa.

Este principio es fundamental, ya que garantiza un equilibrio entre los derechos del trabajador y las necesidades organizativas de la empresa, surgiendo la obligación de ofrecer una vacante existente, única y exclusivamente, cuando esta no pudiera ser rechazada por el trabajador por suponer un empeoramiento de sus condiciones. A su vez, el trabajador tampoco puede exigir un puesto que no cumpla con las condiciones adecuadas, ya que el derecho preferente de reingreso no implica un derecho absoluto a recuperar el empleo en cualquier caso y de forma inmediata.

Ante estas situaciones, contar con un asesoramiento jurídico adecuado resulta imprescindible, pues el desconocimiento de la normativa o una interpretación errónea de la misma puede llevar a la empresa a incurrir en un despido tácito sin ser consciente de ello.

La clave está en comprender que el derecho preferente de reingreso no es una garantía automática de reincorporación, sino un mecanismo condicionado a la existencia de una vacante que respete los principios de equivalencia y simetría establecidos por la jurisprudencia.

Fiscalidad de las Energías Renovables en las empresas. Una decisión estratégica

OPINIÓN

**DIEGO MIGUEL
RODRÍGUEZ GODINO**
CEO EN NILEX CONSULTORES

La sostenibilidad ya no es solo un compromiso medioambiental, sino una oportunidad fiscal y financiera para las empresas. Como fiscalista, es algo que veo cada vez más menudo en las empresas. Estas invierten cada vez más en energías renovables ya que pueden acceder a incentivos fiscales, reducir su factura energética y mejorar su imagen corporativa.

En este artículo, analizamos los principales beneficios fiscales y económicos de apostar por la energía verde en el ámbito empresarial.

1. Deducciones fiscales en el Impuesto sobre Sociedades (IS)

Las empresas que invierten en instalaciones de energías renovables pueden beneficiarse de deducciones fiscales en el Impuesto sobre Sociedades (IS).

La Ley del Impuesto sobre Sociedades (Ley 27/2014) establece deducciones por inversiones en mejoras medioambientales, que pueden aplicarse cuando la empresa:

- Realiza inversiones que reduzcan el impacto ambiental de su actividad.
- Mejora la eficiencia energética de sus instalaciones.

Estas deducciones suelen oscilar entre el 2% y el 8% del coste de la inversión, dependiendo del tipo de instalación y de la normativa vigente. Además, algunas comunidades autónomas establecen incentivos adicionales.



Otra opción para reducir la base imponible es acogerse al régimen de libertad de amortización para bienes con mejoras medioambientales, permitiendo amortizar aceleradamente la inversión y reduciendo la carga fiscal en los primeros años.

2. Bonificaciones en el IBI y el ICIO para instalaciones renovables

A nivel local, muchas ciudades y municipios ofrecen bonificaciones en el IBI y el ICIO a las empresas que apuestan por energías renovables.

Algunos ayuntamientos aplican bonificaciones de hasta el 50% en la cuota del IBI e incluso algunos el 100% para inmuebles que incorporen instalaciones de autoconsumo energético. La duración de esta bonificación varía según la ordenanza municipal, pero suele aplicarse durante 3 a 5 años.

El Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras (ICIO) puede reducirse hasta en un 95% en municipios que favorecen las inversiones en eficiencia energética

y energías renovables. De igual manera, estas bonificaciones vienen reguladas por la ordenanza municipal de cada ayuntamiento.

3. Renting de instalaciones renovables: ventajas fiscales y operativas

Para aquellas empresas que desean apostar por la energía renovable sin realizar una gran inversión inicial, el renting de placas solares y otros sistemas energéticos es una opción, que bajo mi opinión, es la mejor desde el punto de vista fiscal y financiero.

Ventajas del renting desde el punto de vista fiscal:

- Gasto deducible: Las cuotas del renting se consideran un gasto deducible en el Impuesto sobre Sociedades, reduciendo la base imponible.
- IVA 100% deducible, minorando el IVA repercutido, y en consecuencia el pago de este impuesto indirecto.
- Sin inmovilizar capital: No es necesario hacer una inversión inicial, lo que mejora la liquidez de la empresa.
- No computa en CIRBE, por lo que la empresa no empeora su ratio financiero antes entidades bancarias.
- Mantenimiento incluido: Generalmente, el renting cubre el mantenimiento y posibles reparaciones, evitando costes imprevistos.
- Flexibilidad financiera: Permite renovar las instalaciones con tecnología más eficiente a medida que avanza la innovación.

4. Ahorro en costes y retorno de la inversión

Más allá de los beneficios fiscales, la inversión en energías renovables supone un ahorro directo en los costes operativos de la empresa.

- Reducción en la factura eléctrica: Las empresas que generan su propia energía pueden reducir entre un 40% y un 70% sus costes eléctricos.
- Menor exposición a la volatilidad del mercado energético: Al depender menos de la red eléctrica, la empresa es menos vulnerable a subidas en el precio de la luz.
- Posibilidad de vender excedentes de energía: En muchos casos, las empresas pueden inyectar la energía sobrante a la red y obtener una compensación económica.

El retorno de la inversión (ROI) en energías renovables varía en función de la instalación y del consumo energético de la empresa, pero suele situarse entre 4 y 7 años, acelerado por los incentivos fiscales y el ahorro en la factura eléctrica.

En conclusión, apostar por energías renovables no es solo una decisión ecológica, sino también una estrategia inteligente para la sostenibilidad financiera y el futuro de las empresas. Las deducciones fiscales en el Impuesto sobre Sociedades, las bonificaciones en el IBI y el ICIO, las ventajas del renting de instalaciones solares, y el significativo ahorro en costes energéticos convierten esta inversión en una de las más rentables a largo plazo.

Además de las ventajas económicas directas, ser una empresa comprometida con el medio ambiente genera mayor confianza en los clientes y una mejor percepción de la marca. En un mundo cada vez más orientado a la sostenibilidad, adoptar energías renovables no solo es una opción responsable, sino también una estrategia que mejora la competitividad y el futuro del negocio.



Ignacio Álvarez-Ossorio: “Los puertos autonómicos están en la senda de dar el salto definitivo al siglo XXI”



ENTREVISTA

IGNACIO ÁLVAREZ-OSSORIO
DIRECTOR GENERAL DE LA
AGENCIA PÚBLICA DE PUERTOS
DE ANDALUCÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Ha asumido usted recientemente el cargo de Director General de la Agencia Pública de Puertos de Andalucía. ¿Qué funciones específicas tiene este organismo?

La Agencia Pública de Puertos de Andalucía, adscrita a la Consejería de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda, ejerce competencias en materia de puertos y también de áreas de transporte de mercancías que son competencia de la Junta de Andalucía. Sus competencias están reguladas en la Ley 21/2007, de 18 de diciembre, de Régimen Jurídico y Económico de los Puertos de Andalucía, y en la Ley 5/2001, de 4 de junio, por la que se regulan las áreas de transporte de mercancías en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Las funciones de Puertos de Andalucía en relación con sus competencias en materia portuaria son, de forma resumida, planificación, organización y gestión, funcional y económicamente integradas, del conjunto de puertos e instalaciones de titularidad de la Junta de Andalucía en todos sus ámbitos.

Como he comentado, además de sus competencias en materia portuaria, la Agencia ejerce competencias en materia de áreas de transportes de mercancías de interés autonómico. En este sentido realiza tareas técnicas, económicas y administrativas en orden a la planificación, fomento, desarrollo y control de la red regional de Áreas de Transporte de Mercancías y, especialmente, la gestión de las áreas logísticas de interés autonómico. En ejercicio de estas competencias, la Agencia está desarrollando la Red Logística de Andalucía, formada por 11 nodos logísticos, la mayoría intermodales, que articulan los grandes corredores de transporte de mercancías de la Comunidad, y su conexión con las redes nacionales y europeas, y con especial atención a dar soporte a los nodos portuarios.

¿Qué impronta quiere imprimir usted a este organismo? ¿Cuál es su hoja de ruta?

La evolución del sector portuario en general ha sido muy intensa en las últimas décadas, en muchos ámbitos, destacando como más significativos los avances en materia de sostenibilidad, tecnología, nivel de prestación de servicios e integración con el entorno (tanto a nivel ciudad como social).

Los puertos autonómicos necesitan dar todavía el paso definitivo de ser puertos del siglo XX al siglo XXI. Eso exige un esfuerzo coordinado de todos los actores involucrados en el desarrollo y gestión portuaria: APPA, concesionarios, usuarios, otras administraciones.

La Junta de Andalucía ha destinado en el periodo 2019-2025 un total de 150 millones de euros para este objetivo de modernización

y mejora de las infraestructuras y servicios. Se ha dado un gran paso, pero es necesario seguir trabajando en esa línea.

Para ello, debemos incrementar la colaboración con el sector privado, que debe adquirir un mayor protagonismo en la gestión, convirtiéndose en socios imprescindibles tanto para la construcción de nuevas infraestructuras que den respuesta a la demanda no satisfecha como para la modernización y mejora de los servicios existentes.

En relación con las áreas logísticas, creo que en los próximos años vamos a asistir al despliegue de todo su potencial y a la puesta en valor del importante esfuerzo inversor que también se ha venido desarrollando en este ámbito. El despliegue de los corredores europeos de transporte, el impulso al transporte ferroviario de mercancías y el creciente incremento de los procesos intermodales, requieren de estos espacios especializados para su correcto funcionamiento. Podríamos decir que toda la estrategia de corredores de mercancías no es eficiente sin las áreas logísticas, por lo que vamos a intensificar también el despliegue de los proyectos pendientes y la ampliación de algunos de los que están en servicio. En este campo es también esencial la cooperación con el sector privado y con los grandes puertos comerciales.

Usted tiene experiencia como Director de la autoridad portuaria de Huelva. Y aunque fuera de la APPA quedan los Puertos de Interés General del Estado. ¿Qué análisis haría de la situación actual de puertos de Andalucía?

El sistema portuario de Andalucía, en su conjunto, es el más potente de España. Contamos con 7 Autoridades Portuarias estatales,

entre ellas la de la Bahía de Algeciras que gestiona el puerto más importante de España y uno de los más importantes de Europa.

A ello le sumamos los 41 puertos e instalaciones portuarias que son titularidad de la Junta de Andalucía, entre los que se encuentra el puerto de Garrucha que, por volumen de tráfico, se sitúa como el tercer puerto andaluz y el 14 a nivel nacional.

Si bien es indudable la importancia estratégica de cada uno de los grandes puertos comerciales, es también evidente que la red de puertos pesqueros y deportivos de titularidad autonómica es esencial para dar soporte a importantes actividades económicas y para el desarrollo socioeconómico de los territorios en los que se ubican. Los puertos comerciales han dado un salto cualitativo importante en la última década y los puertos autonómicos deben culminar esa transición que ya ha empezado, pero en la que queda todavía un margen de mejora importante. Vamos a centrarnos de forma prioritaria en impulsar acciones en materia de digitalización, sostenibilidad y mejora del catálogo y calidad de los servicios al usuario final, así como la mejora de las condiciones portuarias del sector pesquero. También vamos a agilizar, en nuestro ámbito competencial, diversos proyectos de iniciativa privada que pretenden ampliar y cualificar la oferta náutica de Andalucía.

Andalucía tiene más de 800 kilómetros de costa salpicados de numerosos puertos deportivos. ¿Qué suponen para la comunidad a nivel de economía y empleo?

En estos momentos no hay estudios contrastados que permitan cuantificar de forma fiable el impacto socioeconómico de los puertos deportivos. Y, de hecho, es un proyecto que vamos a poner en marcha, en cooperación con el sector privado de puertos deportivos y, probablemente, con alguna otra administración.

No obstante, de forma cualitativa, es indudable que los puertos deportivos son esenciales para un territorio en el que la industria turística es uno de sus sectores clave. Los puertos deportivos dan soporte al turismo náutico, que atrae a visitantes de alto poder adquisitivo con unas cifras de gasto y de duración de estancia muy por encima del visitante medio. Son también áreas de localización idóneas de actividades económicas complementarias tanto de carácter auxiliar portuario (varaderos, talleres, suministro de combustible...) como de actividades náu-





ticas (alquiler de embarcaciones, deportes náuticos, escuelas de vela, clubes náuticos) y también de actividades complementarias para el conjunto de los ciudadanos en un entorno especialmente atractivo en cualquier localidad costera (restauración, comercio, ocio...)

Por otra parte, es importante destacar que la mayoría de los puertos andaluces son mixtos (no solo deportivos) por lo que no podemos obviar otros sectores muy relevantes a los que se da soporte, destacando el sector pesquero y todos los vinculados con la economía azul, cuyo soporte infraestructural se realiza a través de los puertos o de servicios basados en los puertos.

Si tenemos en cuenta que en Andalucía contamos con más de 23.000 puestos de atraque y que, según algunos estudios, la actividad portuaria tiene un efecto multiplicador de 5 en términos de VAB sobre la economía y de 3 en términos de empleo, podemos hacernos una idea de la importancia de este sector. Y es importante destacar que tenemos todavía mucho margen de crecimiento en estas actividades.

Los puertos afrontan ahora un gran reto en torno a la sostenibilidad y la descarbonización. ¿Andalucía está en la buena senda en este sentido?

En esta materia los puertos tenemos dos ámbitos principales de actuación:

Por una parte, en el desarrollo de la propia actividad de la Agencia como gestora de unas infraestructuras tan sensibles como son los puertos y su entorno. En este sentido estamos desarrollando proyectos tendentes a la reducción de la huella de carbono mediante la reducción del consumo energético, despliegue de instalaciones de generación de energía renovable y electrificación de la maquinaria portuaria y de la movilidad interior.

Por otra parte, es importante destacar la importancia que tiene en este sector la adecuada gestión de los residuos, la eliminación de vertidos y la prevención de accidentes que puedan tener repercusión en un medio tan sensible como es el marino. En ese campo, se ha hecho un importante esfuerzo con implantación de puntos limpios, ciclo integral del agua, planes y medios de lucha contra la contaminación accidental del mar, etc.

Por otra parte, además de atender a la sostenibilidad de la actividad portuaria pura, los puertos son las ubicaciones donde hay que proveer las instalaciones, servicios y actividades para facilitar la mejora de las condiciones de sostenibilidad de otros actores.

En esta línea, la descarbonización del transporte marítimo en general, y de la náutica recreativa y sector pesquero en particular, requiere instalaciones especializadas en puertos como suministro de nuevos combustibles limpios, puntos de recarga eléctrica para embarcaciones, sistemas de vaciado de depósitos de residuos líquidos, etc. En esta línea estamos trabajando para ir dotando a los puertos de estos servicios de forma progresiva.

Por último, destacaríamos las actuaciones de colaboración en programas de protección de especies locales y la restauración de hábitats marinos con distintas entidades, contribuyendo así a la conservación de la biodiversidad, así como la realización de campañas educativas de sensibilización ambiental dirigidas a navegantes y visitantes para concienciar sobre la importancia de preservar los ecosistemas costeros y el compromiso con ADEAC (ASOCIACIÓN DE EDUCACIÓN AMBIENTAL Y DEL CONSUMIDOR) con la



obtención en 2024 de 11 banderas azules que confirman nuestro compromiso en materia de calidad medio ambiental de las instalaciones portuarias

Se ha hablado en numerosas ocasiones del clúster logístico del sur peninsular en el que la APPA tendría un gran protagonismo sin entrar en conflicto con la red de puertos del Estado. ¿En qué punto está este proyecto?

Creo que en materia de infraestructuras logísticas no podemos hablar de conflicto en la relación con la red de puertos del Estado, sino todo lo contrario, y por muchas razones. La primera y esencial es que la logística funciona apoyándose en redes que deben funcionar de forma independiente de la titularidad competencial de cada uno de sus elementos, de forma que los operadores logísticos puedan prestar sus servicios sobre una red multimodal, coherente, fiable, segura y resiliente, formada por infraestructuras lineales y nodales que, aunque sean de distinta titularidad, deben funcionar de forma sistémica y coordinadas.

En este sentido, es indudable que las principales infraestructuras nodales de la logística y el transporte de mercancías son los grandes puertos (en este caso los puertos de interés general del Estado). La conectividad interior del sistema portuario se garantiza a través de las infraestructuras lineales (viarias y ferroviarias). Y todas ellas requieren de un conjunto de infraestructuras nodales en el interior del territorio que permita la articulación de la red, a la vez que aporta espacios especializados para la ubicación de los procesos intermodales y de las actividades logísticas de valor añadido.

Todo este conjunto de infraestructuras y servicios es lo que nos va a permitir seguir consolidando a Andalucía como el gran clúster logístico del sur de Europa, aprovechando



la posición geoestratégica de la región y su gran nivel de equipamiento infraestructural.

En definitiva, con los puertos estatales no hay ningún conflicto, sino todo lo contrario. Nos complementamos mutuamente, colaboramos y somos socios en muchos proyectos.

Otro tema distinto es el despliegue de las infraestructuras terrestres, principalmente en materia de corredores ferroviarios, cuyos plazos se están demorando de forma excesiva y está ralentizando el aprovechamiento de todo el potencial logístico de la comunidad.

Los corredores de transporte también son una de las grandes reivindicaciones de los puertos para garantizar su competitividad y estar conectados con Europa

No sólo para garantizar la competitividad de los puertos, sino de todo el sistema logístico andaluz. La inserción de Andalucía en un sistema de transporte sostenible y eficaz es una de las condiciones básicas para incrementar la competitividad de la economía andaluza y desarrollar su potencial logístico, y por esta razón, la conexión a la Red Transeuropea de Transporte, a través de los Corredores Ferroviarios de la Red Básica, es esencial.

Además de la importancia que tiene, con carácter general, para lograr la descarbonización del transporte y por razones de sostenibilidad ambiental, es indudable la importancia estratégica que tiene para Andalucía la disponibilidad de una adecuada conexión ferroviaria de mercancías con el exterior por diversas razones:

- La posición periférica que ocupa Andalucía en la Península Ibérica y en Europa supone un hándicap para la competitividad de su economía por la gran longitud de la cadena logística de suministro y distribución con sus principales mercados. En este sentido, la mejora de la eficiencia de su sistema de transporte es esencial y, dentro de ello, el ferrocarril es un elemento estratégico de competitividad, al ser la apuesta fundamental por la eficiencia y sostenibilidad ambiental y económica de la cadena logística.

- Por otra parte, la posición geoestratégica de Andalucía en relación con los flujos de mercancías con el norte de África y con los tráficos marítimos que cruzan el Estrecho de Gibraltar en las rutas que conectan con Asia y

América, ofrece un importante potencial para convertir a Andalucía en una gran plataforma logística del Sur de Europa, puerta de entrada de los grandes flujos intercontinentales. Para ello, es necesario complementar las excelentes infraestructuras y servicios que ofrece su potente Sistema Portuario con unas adecuadas conexiones terrestres con el hinterland y con las redes transeuropeas de transporte, a través de un modo de alta capacidad y eficiencia como el ferrocarril.

“La inserción de Andalucía en un sistema de transporte sostenible y eficaz es una de las condiciones básicas para incrementar la competitividad de la economía andaluza”

No podemos olvidar la importancia de los puertos andaluces por lo que se refiere al tráfico de pasajeros, sobre todo con el norte de África. ¿Cómo cree que se puede avanzar en este sentido?

Este es un tipo de tráfico que se concentra en los puertos de interés general del Estado ubicados en Andalucía y, por tanto, no es competencia de la Junta de Andalucía.

La Operación Paso del Estrecho (OPE) es sin duda el mayor desplazamiento de pasajeros y vehículos entre Europa y África. Supera cualquier otro cruce internacional a nivel mundial. El año pasado registró cerca de 3.500.000 pasajeros y cerca de 850.000 vehículos. Y supone un enorme reto de organización para las autoridades portuarias involucradas.

Tradicionalmente la mayor parte de estos tráficos se ha concentrado en Algeciras y Tarifa, pero también intervienen en Andalucía los puertos de Almería, Málaga y Motril. Y partir del año que viene también Huelva, que acaba de inaugurar una línea con Tanger-Med.

Mucho han evolucionado, desde sus inicios, los sistemas y los dispositivos que se activan, contribuyendo a que año tras año la operación se realice de forma ordenada y sin incidencias. Ahora los viajeros cuentan con un total de seis Puntos de Información y Áreas de Descanso a lo largo de las rutas más importantes de la red de carreteras, dotadas de los servicios necesarios de asistencia social y sanitaria. Y en general, se planifican mejor los viajes.

Aun así, en las fechas críticas se producen largas colas y demoras en la espera para embarcar y cruzar el Estrecho, debido a que los tráficos siguen estando muy concentrados en determinadas instalaciones. Hay que avanzar en mejorar las instalaciones y la capacidad de los puertos andaluces que participan en la OPE, para que los tráficos se distribuyan mejor. Eso, sin duda, redundaría en una mayor fluidez y en una mayor calidad del servicio.



ENTREVISTA

ÁNGEL RIVERO
GERENTE EIS MARÍTIMO

Ángel Rivero: “La mayor oportunidad de crecimiento es poder seguir contando con la confianza de nuestros clientes”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Nos gustaría saber, ¿cuáles son los principales servicios que ofrece EIS Marítimo?

EIS Marítimo es una empresa de aprovisionamiento a buques que llevaba más de 20 años de experiencia en el sector, siempre ofrecemos un servicio especializado para cada cliente, porque consideramos que cada cliente es diferente y que cada pedido y cada buque tiene sus propias necesidades. Dentro de esta operativa contamos con varios departamentos, que se extienden desde el aprovisionamiento de alimentación y material técnico a los buques mercantes, hasta el duty free, pasando por los ferrys, cruceros, logísticas y todo lo que un barco necesita.

¿Cuáles son las tecnologías más innovadoras que están implementando en sus operaciones?

Ahora mismo tenemos el foco puesto en la eficiencia de las operaciones y en el cuidado del medio ambiente. Recientemente hemos conseguido la ISO 14001, del sistema de gestión medioambiental, hemos instalado placas de energía fotovoltaica en los almacenes de Valencia, estamos mentalizados con el reciclaje, siempre intentamos reducir el impacto medioambiental de nuestro día a día.

Hace un par de años que trabajamos con un nuevo sistema informático con el que hemos aumentado tanto la eficiencia de los flujos de trabajo en el almacén, como la información de cada proceso para poder tomar mejores decisiones.

Al fin y al cabo, cada vez vivimos en un mundo más tecnológico, en el que prima siempre el sistema automatizado, pero con esto tendemos a deshumanizar el trabajo. En EIS Marítimo nos gusta decir que tenemos un toque más artesano, ya que cada cliente, cada barco, cada pedido, es diferente para nosotros y la tecnología y las máquinas son muy buenas herramientas, pero sin las personas que están detrás, sin el equipo humano, no tendría ningún sentido. Este es uno de los puntos fuertes que tenemos dentro de la empresa, nuestro equipo humano.

¿Podría describir los retos más importantes que enfrenta EIS Marítimo en sus operaciones diarias? ¿Cómo garantizan esa seguridad y esa eficiencia?

Para nosotros lo más complejo es mantener el nivel de servicio y de calidad, es algo que puede pare-



cer fácil, pero llevado a la práctica no lo es, por la cantidad de puntos que debemos tener en cuenta. Quizá lo más complejo para nuestro día a día es trabajar con productos de alimentación, debido a toda la legislación que conlleva, al tratar con productos alimentarios debemos mantener correctamente la trazabilidad del producto, las condiciones de temperatura, tanto en almacenaje como en transporte, tenemos una gran responsabilidad, ya que pertenecemos a la cadena de distribución de productos alimentarios. Contamos con controles muy estrictos, preservamos la calidad y la temperatura durante toda la cadena logística, desde la entrada de la mercancía para asegurarnos de que

llega en las condiciones adecuadas, con lo que verificamos también como viene de nuestros proveedores, hasta que se entrega al cliente, es decir, al buque, donde revisamos que todo ha llegado correctamente y les ofrecemos el control de temperatura del vehículo en el que ha sido transportado.

Otro punto importante, vuelvo a hacer hincapié en el equipo, es el capital humano con el que contamos en EIS Marítimo, damos formación constante a nuestro personal sobre seguridad alimentaria, normativa aduanera, operaciones logísticas, gestión de calidad, políticas de medio ambiente, etc. Consideramos que es fundamental estar en constante formación.



¿Qué inversiones consideran necesarias para mejorar las estructuras portuarias y aumentar la competitividad de los puertos?

Desde nuestra perspectiva del Puerto de Algeciras, la principal demanda histórica siempre ha sido el tren, ofrecer alternativas al transporte multimodal, que es lo que puede potenciar al puerto Algeciras, ya que es puerta de entrada y salida de mercancías, más allá del tráfico de transbordos por el que siempre se ha caracterizado este puerto.

Además de esto, suenan en el Puerto de Algeciras otras demandas, como la ampliación de nuevos fondeaderos, que permitan dar servicio a un número mayor de buques que cruzando el Estrecho, aunque es un tema complejo, porque este crecimiento siempre debe ir de la mano de la sostenibilidad medioambiental.

Considero importante mencionar que el puerto Algeciras lleva unos años creciendo muchísimo en la carga de tráfico rodado, no es una casualidad, somos puerta de entrada y salida de Europa, pero también de África, que es un mercado con cada vez más atractivo para las empresas españolas y europeas. Está en marcha la ampliación del Muelle Galera, donde se pueda dar cabida a más buques de tipo Ro-Ro, que puedan desplazar muchos más metros lineales de carga rodada junto con los camiones.

Como comentaba en el tema alimentario es bastante exigente, hay normativas a nivel nacional e internacional. ¿Cómo se mantiene y EIS Marítimo actualizado con las últimas regulaciones y normativas?

En EIS Marítimo, a pesar de que tenemos muchas delegaciones, estamos constantemente intercambiando información, ya que recibimos esta información de fuentes de organismos oficiales, como aduanas, autoridades portuarias, consejos europeos, etc. Como bien dices, el tema de la alimentación es un tema muy complejo, en el que muchos organismos emiten normas y regulaciones y tenemos que estar siempre preparados para adaptarnos y ser los primeros. Toda esta información que nosotros recibimos se procesa, se aplica en formación a todos los niveles para poder adaptarla correctamente a los cambios de normativa y se da la información adaptada a todos los equipos, porque muchas veces la información que llega de los organismos oficiales es un tanto compleja de procesar.

“Contamos con controles muy estrictos”

Para concluir, ¿qué oportunidades de crecimiento identifican el sector portuario a corto y a largo plazo? ¿Cómo vislumbran el futuro?

En EIS Marítimo intentamos siempre adaptarnos lo antes posible a las nuevas demandas del mercado, esto está muy relacionado con la anterior pregunta, con el tema de la información y la actualización. En estos momentos lo que prima en el mercado es la sostenibilidad, nosotros nos estamos adaptando a través de trabajar con embalajes mucho más cuidadosos con el medio ambiente, reduciendo los residuos dentro de nuestros puntos de operación, oferta de productos sin plásticos a los barcos, que cada vez nos lo demandan más.

Consideramos que la mayor oportunidad de crecimiento es poder seguir contando con la confianza de nuestros clientes, que son las grandes navieras que se mueven tanto a nivel nacional como internacional, y con quienes establecemos acuerdos de cooperación muy sólidos y estables, que nos permiten mantenernos en un mercado tan competitivo como es el del aprovisionamiento de buques, en el que hay muchas empresas trabajando.



Paco Rufo: “Sevilla está en un Hub estratégico a nivel de tiempos de envío”

ENTREVISTA

PACO RUFO
BRANCH MANAGER
ELCOMO EUROPE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Elcome se ha consolidado como un líder global en la provisión de soluciones de electrónica y tecnología naval. Su expansión en Europa, con Sevilla como centro neurálgico, marca un hito importante en su estrategia de crecimiento global. Concretamente, ¿cuáles son los servicios más demandados por sus clientes en Europa, y cómo han adaptado su oferta para satisfacer esas necesidades?

Elcome Internacional es una de las grandes empresas mundiales de electrónica naval, nació en Oriente Medio en 1970 y se fue expandiendo por Kuwait, Singapur, Omán, Qatar, India, Malasia, Sri Lanka, etc. Coincidiendo con su 50 aniversario encontramos la oportunidad de expandirnos en Europa. Este sector es tan específico y dedicado que, aunque Elcome Internacional lo intentó varias veces, nunca encontró el momento ni las personas para esta expansión.

Nos dedicamos a reparar equipos de electrónica a bordo de todo tipo de buques alrededor del mundo, nuestra oficina, tanto de Europa como de África, están especializadas, realizando también muchos servicios en América.

Nuestra disponibilidad, modernidad y facilidades nos han hecho crecer rápidamente en todo el territorio, somos solucionadores de problemas, permitiendo que los barcos naveguen.

Estos últimos años nos hemos convertido en un referente también en conectividad, siendo distribuidores oficiales y mundiales de Starlink Marítimo y desarrollando soluciones a esta conectividad, como Video bajo demanda o punto de acceso a Internet a bordo con nuestra solución gratuita wElcome, sin perder nuestra identidad de servicio profesional a bordo, wElcome se ha convertido en nuestro potencial estos últimos años.

¿Cómo se mantiene Elcome a la vanguardia de la innovación tecnológica en un sector tan dinámico como la electrónica naval?

Nuestra empresa es joven y dinámica, eso nos permite ser ágiles y escuchar a nuestros clientes. Nuestra vocación de servicio nos permite invertir en formación, repuestos e instrumentación, siempre avalado por Certificaciones Internacionales.

Nos reinventamos continuamente reparado 96 barcos de cada 100 en la primera intervención y ofreciendo internet de calidad a la flota mundial como nuestra segunda línea de negocio.

¿Qué tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial o la navegación autónoma, están integrando en sus soluciones?

Se habla mucho de barcos autónomos e IA, pero el sector marítimo es bastante conservador. Hay factores como la seguridad, que hacen al sector ser discreto. Se va implementando electrónica más inteligente, pero donde realmente hay más influencia es en la gestión de averías, evaluaciones y predicción de mantenimiento, en este campo junto con Microsoft/Copilot es donde Elcome es pionero.

¿Cómo evalúan la competencia en el mercado europeo y qué estrategias tienen para diferenciarse?

España es pionera en ingeniería naval y electrónica. Siempre se habló mucho de tecnología alemana, pero se deja atrás que, de las mejores ingenierías de integración, la tenemos en España. Somos, en



¿Cuál ha sido el impacto de la presencia de Elcome en la economía local de Sevilla en términos de creación de empleo y desarrollo tecnológico?

Comenzamos 6 personas y ya somos 30, 5 años y un volumen actual de 24 millones de euros.

Pocos confiaron en nosotros, una historia algo larga, pero creamos la empresa en plena pandemia, pedimos ayuda estatal y nunca hemos recibido ayuda de

instituciones ni de los bancos que, aunque no necesitábamos financiación, sí necesitábamos productos financieros como renting, tarjetas de crédito, especialmente el trato del Banco Santander fue rozando la humillación, pero, poco a poco, fuimos saliendo y creciendo.

¿Cuáles fueron los factores clave que llevaron a Elcome a elegir Sevilla como su base principal en Europa?

Sevilla está en un Hub estratégico a nivel de tiempos de envío, de repuestos mundiales, el aeropuerto nos permite ser muy ágiles para movernos y enviar mercancía urgente y poder volar vía Estambul o Lisboa a casi todos los continentes. Por otro lado, está en un triángulo perfecto Algeciras/Gibraltar, Cádiz y Huelva, sumando sus barcos y movimientos TEU, es una de las mejores localizaciones en la Península Ibérica.

Elcome como miembro de Pro-Sevilla Port también apuesta por una ciudad mirando al río único navegable y aportando ideas/potencial para su industrialización y potencial, como puerto singular.

Hemos recibido varios premios, pero la mayor satisfacción que tenemos es trabajar en equipo, en un sector sólido e implementando nuestras soluciones para mejorar la vida a bordo.

¿Cómo colabora Elcome con las instituciones locales y regionales para fomentar el desarrollo del sector marítimo y tecnológico en Sevilla?

Elcome trabaja con varios centros de formación para incorporar nuevos talentos, aunque hoy en día se ha vuelto un reto por la falta de interés en trabajos que exigen tanta complicidad y cariño, somos parte del Comité Internacional de Comunicaciones, Órganos de Consultorio de la Organización Marítima Internacional, también localmente pertenecemos a Pro

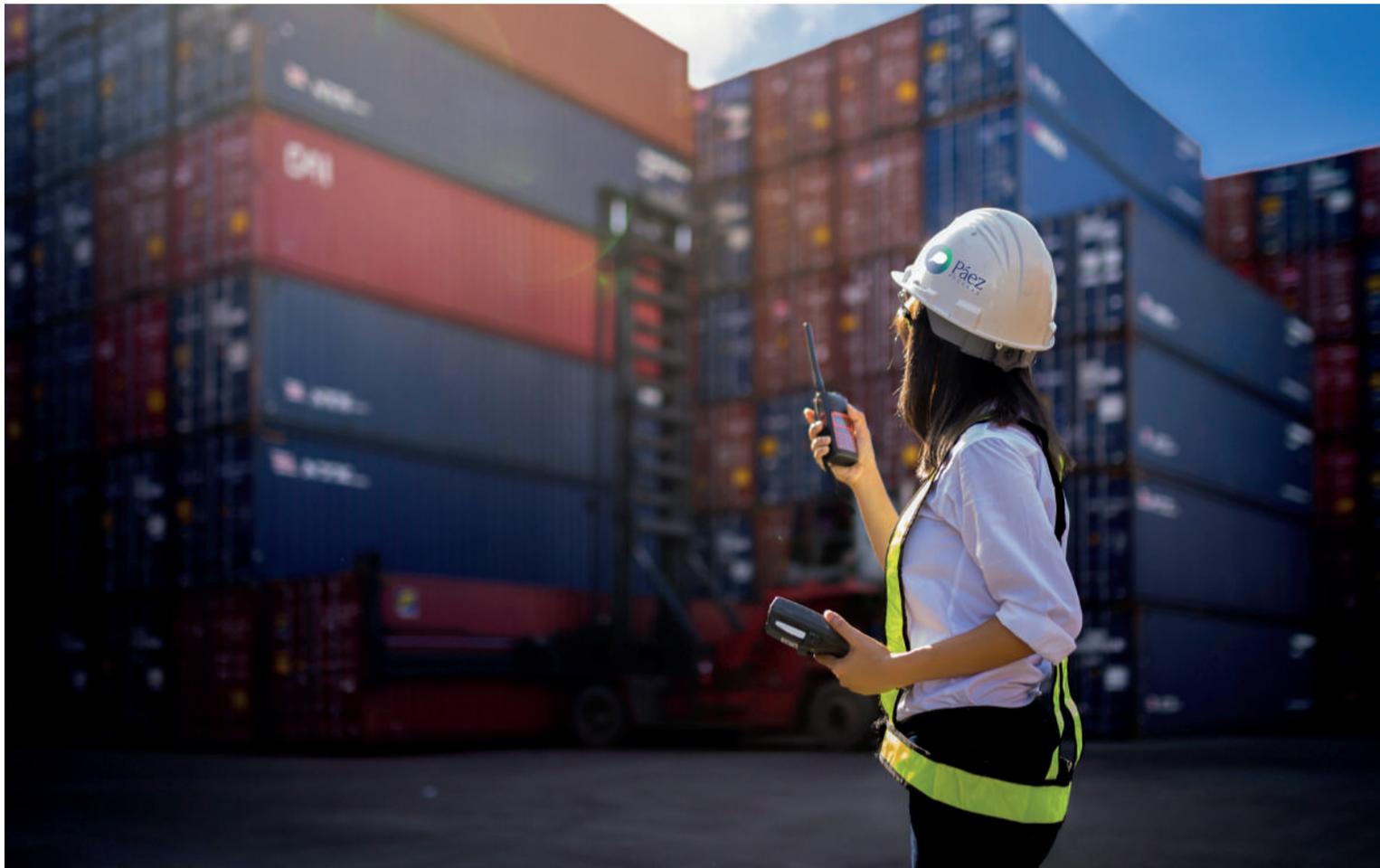
Sevilla Port y Algeciras Port Community, colaboramos para fomentar la visibilidad de nuestro trabajo y buscar una renovación generacional. Aprovecho para animar a estudiar ingeniería Radioelectrónica, ya que todo el que lo haga, tendrá asegurado un futuro por la falta de profesionales.

“España es pionera en ingeniería naval y electrónica”

¿Cómo ven el futuro del sector marítimo y tecnológico en Europa? ¿Hay algún proyecto en el que estén trabajando y que les gustaría destacar?

La agenda 2030 y el buenismo europeo con respecto a las emisiones y restricciones ahogan al sector. Los países asiáticos, así como Marruecos u otros países menos restrictivos, están aprovechándose de estas políticas en detrimento de los países europeos. Ahora mismo jugamos con desventaja con respecto al resto del mundo, que no han implementado políticas medioambientales, están de acuerdo con ellos, pero deberían ser implementadas a la vez para evitar desventajas con respecto a otros mercados. Tecnológicamente cada día los barcos son más fiables, con electrónica predictiva, como cámaras de anticollisión, seguimiento de rutas, menos contaminantes, etc.

En esta línea estamos trabajando en varios proyectos, que, por su novedad y confidencialidad, no puedo nombrar en estos momentos.



ENTREVISTA

JOSÉ PÁEZ
CEO PÁEZ ADUANAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Nos gustaría conocer, en líneas generales, ¿cuál ha sido la historia y la evolución de Páez Aduanas en el sector portuario?

Páez Aduanas está muy vinculado al sector portuario, pero en realidad nuestro sector es el aduanero. Nacimos en Almería, y como la aduana se encuentra en el Puerto de Almería, ahí es donde nos encontramos.

Mi bisabuelo hace casi 97 años comenzó con un carro tirado por burros, transportando barriles de uvas desde Ohanes (Almería) hasta el puerto, se enviaba en barco a diferentes lugares del mundo, como La India, Alaska, Liverpool, todo ello en la década de 1920. Un dato curioso que me gustaría comentar es que la uva que salía en noviembre de Almería se consumía en febrero en Liverpool. Era una uva que aguantaba muchísimo. En resumen, podemos decir que todo empezó con mi bisabuelo, con el transporte terrestre de frutas y verduras que se producían en la provincia de Almería, que fue evolucionando hasta el sector aduanero. Mi bisabuelo también fue consignatario de buques, todo en el puerto de Almería.

La empresa fue evolucionando a lo largo de los años. Se fue dedicando muy estrechamente al tema aduanero mayormente, y de frutas y verduras, que es el principal producto que tiene la provincia de Almería, el mayor motor económico. Nuestra empresa ya operaba cuando tuvo lugar la explosión de la agricultura almeriense, tenemos la suerte de ser conocidos como la huerta de Europa. Desde aquí salía mercancía para todos los

José Páez: “Nuestros objetivos están relacionados con la eficiencia, la tecnología y la comunicación”

países europeos, cuando no había aduanas, para Francia, Italia, Reino Unido, Alemania, Holanda, etc.

Cuando entró España en la Unión Europea afectó, lógicamente, de manera negativa al negocio. Más tarde fueron entrando países nuevos y la competencia cada vez era mayor. Seguimos trabajando día a día y sobreviviendo en el sector, tenemos clientes muy buenos y muchas grandes empresas confían en nuestro trabajo. El Brexit ha supuesto un respiro, la llegada de aire fresco, de todo eso que se nos fue limitando. Consideramos que el sector aduanero es de los pocos beneficiados con el Brexit, porque ahora, para enviar mercancías a estos países, hacen falta despachos de aduanas.

Abrimos hace dos años una oficina en Algeciras, que nos vuelve a vincular de nuevo al puerto, igual que la de Almería, que también la tenemos allí. Siempre vinculados a operaciones aduaneras y, sobre todo, con temas de frutas y verduras, aunque hacemos de cualquier cosa y operamos en todo el territorio nacional y en el extranjero.

Actualmente, ¿cuáles son los principales servicios que ofrece la empresa? Y, de los principales servicios, ¿los más demandados?

Los más demandados son despachos de aduanas de exportación e importación y tránsitos.

¿Cómo ha afectado la digitalización a todos los procesos aduaneros?

Llevamos ya bastante tiempo digitalizados, todo el sector aduanero cada vez está más digital, toda la documentación que se prepara, los organismos públicos cada vez tienen más tecnologías, cada vez estamos más conectados a ellos. Nosotros, particularmente con el Brexit, hicimos un cambio en la empresa y pasamos de trabajar mucho con papel, a no usar nada de papel, todo digitalizado.

Tenemos nuestro propio desarrollo de una herramienta que usamos con nuestros clientes, donde tenemos todo online, en la nube. Para nosotros es un avance muy importante y positivo, no solo por la digitalización de la administración y del sector aduanero, sino por el propio cambio interno.

Asimismo, bajo su perspectiva, ¿cuáles cree que son las tendencias clave que están transformando o que van a transformar el sector aduanero a nivel global en los próximos años?

Ojalá lo supiera para poder anticiparnos, pero es muy complicado visualizar el futuro. Parece que todo tiende a estar muy digitalizado y automatizado. De hecho, cuando me preguntan a qué me dedico, siempre digo “hoy hago despachos de aduanas, mañana no sé”. No sabemos cómo va a evolucionar esto y si vamos a seguir siendo igual de necesarios, porque al final con toda la tecnología y la automatización muchas profesiones se van a transformar, otras desaparecerán, nacerán nuevas y nosotros no sabemos dónde vamos a estar.

No obstante, ¿podríamos hablar de que estamos en un momento positivo para el sector?

No sabría decirle, es un momento diferente. Bueno o positivo, ya depende de cada empresa, de cómo gestione sus recursos. Sin duda es un momento con cambios y muchos más que va a haber y ya veremos cómo vamos evolucionando. Lo que

está claro es que con la tecnología todavía hay mucho por hacer en el sector aduanero, muchas empresas siguen trabajando de manera tradicional y, desde mi punto de vista, las que no cambien o se actualicen, llegarán tarde al cambio y se quedarán atrás.

“Tenemos nuestro propio desarrollo de una herramienta que usamos con nuestros clientes”

A modo de conclusión, nos gustaría preguntarle por sus líneas de trabajo. El futuro se presenta y es cierto, pero en líneas generales, ¿en qué seguirán trabajando de cara a los próximos meses y años venideros?

Queremos seguir trabajando en la eficiencia operativa a nivel interno, es donde tenemos puesto el foco, en la eficiencia de recursos, la relación con nuestros clientes. Creemos que la eficiencia es clave para que una empresa funcione.

A día de hoy existen muchos canales de comunicación, una propia empresa te puede llamar por teléfono, escribir por WhatsApp o por correo, muchas veces se están haciendo muchos procesos dobles, creemos que todavía se puede hacer todo mucho más eficiente, ágil y operativo. Eso ayudará a las empresas a funcionar mejor y a ofrecer un servicio óptimo a sus clientes. Nuestros objetivos están relacionados con la eficiencia, la tecnología y la comunicación.



Eugenio Mediavilla: “Baylog ofrece cualquier tipo de servicio logístico”

ENTREVISTA

EUGENIO MEDIAVILLA
DIRECTOR DE BAYLOG

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Nos gustaría conocer la historia de Baylog. ¿Cuándo empezó su andadura?

Baylog nace de la experiencia de Bayport, que lleva más de 45 años trabajando como suministrador de buques, ya que se dedica al avituallamiento de barcos. Originalmente Bayport nació en la

ciudad de Cádiz, pero con el tiempo fue incrementando el volumen de negocios, fue abriendo nuevos almacenes y nuevas delegaciones por toda España y actualmente tiene 9 delegaciones.

La experiencia de Bayport con almacenes, gestión de recepción de contenedores, gestión de pedidos o preparación de pedidos para suministrar los buques, ha dado lugar a Baylog.

El último traslado que tuvo la sede central de Bayport fue a las instalaciones en las que estamos actualmente, en el polígono industrial Las Salinas de Poniente, en El Puerto de Santa María. Aquí adquirimos un gran almacén y decidimos ampliar la actividad. Bayport con-



que cuenta con distintos departamentos y, obviamente, gozamos de su respaldo. También formamos parte de varias asociaciones en las que nos mantenemos actualizados día a día de los cambios en las normativas y las regulaciones que van surgiendo y tenemos que ir adaptándonos. Especialmente, modernizando las instalaciones.

Consideramos que tenemos que realizar una inversión anual para mejorar los equipos informáticos o la estructura de utensilios en el almacén. Sin ir más lejos, tenemos un robot, un auto-store, para preparar pedidos y almacenar en el menor espacio posible las máximas referencias. Es algo a lo que tenemos que atender y también trabajar de cara al futuro con la inteligencia artificial, instalando sistemas y equipos que nos permitan ser más rápidos.

“Para Baylog es fundamental ser fiable para los clientes y garantizar la seguridad en la cadena logística”



tinúa con el suministro a buques y ahí es donde se crea Baylog, aprovechando la infraestructura. Con la experiencia que ya tenía Bayport, Baylog ofrece cualquier tipo de servicio logístico, almacena mercancía, recibe contenedores, prepara pedidos, gestiona stocks, pero para otros operadores y empresas.

¿Qué servicios específicos ofrecéis exactamente?

Baylog dispone actualmente de un almacén que alberga a 4.000 palés en playa y 5.000 palés en estantería. Eso permite, con 12 muelles de carga y descarga, que cualquier empresa pueda enviarnos camiones y contenedores que vengan de cualquier parte del

mundo, para que nosotros los descarguemos, los almacenemos, hagamos un transbordo, pasemos mercancía de un vehículo a otro, de un modo de transporte a otro, y podamos desde aquí gestionar los stocks de otras empresas. Baylog, en definitiva, ofrece a las empresas la posibilidad de almacenar, gestionar el stock y preparar los pedidos de forma externalizada.

¿Cuáles son los valores en los que se basa Baylog para el desempeño de su actividad?

Para Baylog es fundamental basarnos en la

fiablez para nuestros clientes y la seguridad en la cadena logística. Recientemente hemos obtenido la certificación IFS Logistics, que nos reconoce como un operador seguro en la cadena alimentaria. Podemos almacenar y gestionar productos, tanto alimentarios como no alimentarios, por lo que somos un eslabón seguro en la cadena de suministro.

Nuestro objetivo es ofrecer la máxima fiabilidad a los clientes, la máxima competitividad, ofrecer un servicio ágil y con un precio muy competitivo.

¿Cómo ven el impacto climático en la actividad portuaria y logística? ¿Realizan alguna acción al respecto?

El cambio climático es algo que ya llevamos muchos años tomándonos muy en serio, de hecho, estamos certificados con la huella de carbono para reducir la emisión de gases de efecto invernadero. La normativa europea cada vez tiene más impacto en los puertos en cuanto a la protección del medio ambiente y necesitamos crear entre todos una estructura que no sea perjudicial para el ecosistema.

En Baylog trabajamos en la reducción de papel, contamos con instalación de placas fotovoltaicas, estamos tomando decisiones e impulsando iniciativas alineadas con el medio ambiente.

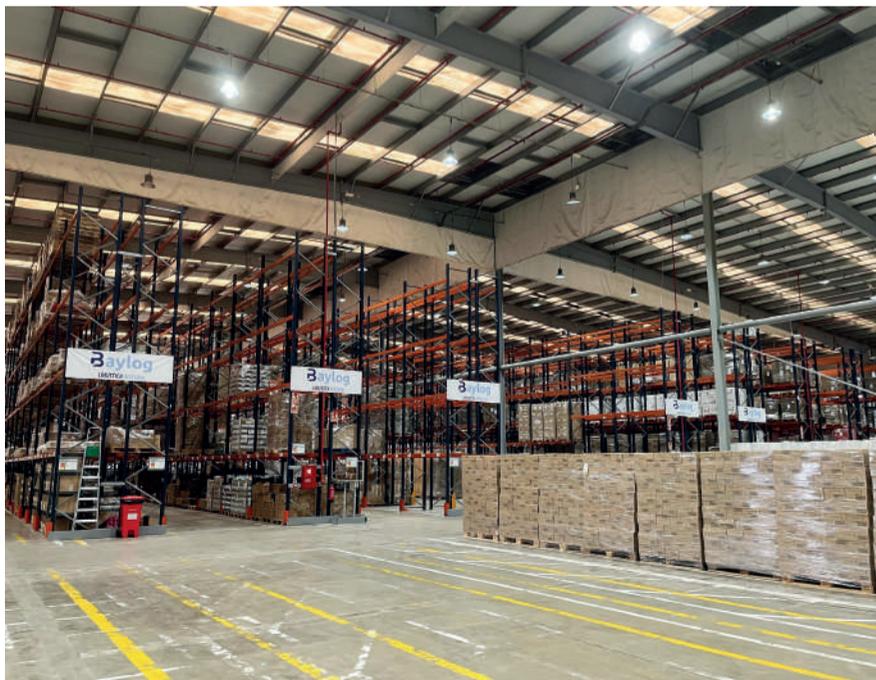
¿Cómo se adaptan a estas nuevas tecnologías que se actualizan constantemente y a las regulaciones en el sector naval y portuario?

Baylog forma parte de Bayport,

¿Cómo se vislumbra ese futuro para Baylog? ¿Cuáles son los principales desafíos a los que os enfrentáis el sector actualmente?

Estamos muy ilusionados y confiamos en el crecimiento y desarrollo de Baylog. Estamos empezando a coger más clientes, a dar servicio a más empresas, tanto de la Bahía de Cádiz como compañías nacionales e internacionales que contactan con nosotros para que le demos ese apoyo logístico. Estamos en una zona, con dos referencias como son Cádiz y Algeciras, estratégica en el sector de astilleros, de cruceros y de logística. Estamos convencidos de nuestro potencial para desarrollar este trabajo, el de prestar servicio de toda índole a cualquier empresa en ese sentido.

Además, estamos enclavados en el Marco de Jerez, santo y seña en el mundo del vino. Por ello, disponemos de un depósito fiscal, que es una autorización que concede la Agencia Tributaria para almacenar productos objeto de impuestos especiales, como pueden ser precisamente los vinos, sin pagar ningún tipo de impuesto. Así que estamos preparados para ofrecer a todas las bodegas la posibilidad de que ellos externalicen ese almacenamiento y esa gestión de pedidos para que los hagamos nosotros.





Fernando Montejo: “En End to End Logistic lo más importante es la seguridad”



End to End Logistic era un almacén propio, donde nuestro servicio principal era dentro del grupo al que pertenecemos, pero por las necesidades del mercado y las posibilidades que había en la zona, hace tres años y medio, se decidió abrir este tipo de servicio al mercado, con una oferta comercial que pudiese cubrir las necesidades de otras empresas.

ENTREVISTA

FERNANDO MONTEJO
DIRECTOR END TO END
LOGISTIC

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Nos gustaría conocer ¿qué servicios específicos ofrecéis en End to End Logistic?

End to End es un almacén logístico, por lo tanto, nuestra labor consiste en gestionar tanto recepción como entrega de mercancía que pasa por nuestras instalaciones. Somos especialistas en entregas, tanto de camión completo como grupaje, y una de nuestras características principales es que disponemos de permisos de mercancía peligrosa, en lo que se define como APQ-10, y todos los regímenes aduaneros, contamos con una combinación que muy pocos almacenes disponen a nivel nacional.

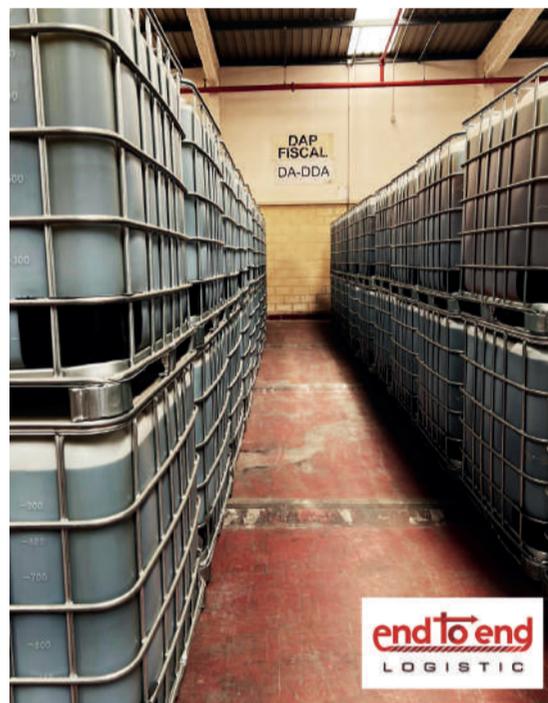
¿Cómo ha evolucionado la actividad de End to End Logistic en los últimos años?

“Contamos con una combinación que muy pocos almacenes disponen a nivel nacional”

¿Cuáles son los principales retos y oportunidades que enfrenta ahora mismo la empresa en el contexto actual del sector marítimo y portuario?

End to End Logistic como almacén logístico cuenta con un desafío grande en el sector del transporte, ya que actualmente hay una ruptura importante con respecto a las necesidades del mercado, en España faltan conductores y es muy difícil encontrar transporte para poder cumplir con las necesidades que reclaman los clientes a nivel de entregas y de plazos. Es el principal reto que nosotros y que, en general, el sector de la logística se está encontrando en España.

¿Cómo creen que podrían ayudarles desde fuera? ¿Cuáles son las iniciativas



de precios, queremos mantener precios de transportes nacionales que prácticamente son los mismos desde hace 12-15 años, eso es algo inviable, porque todo ha subido.

¿Cómo se han adaptado y se adaptan a las nuevas tecnologías y las regulaciones también que van saliendo en el sector naval y portuario?

Somos una empresa que, por el grupo al que pertenecemos, siempre está en constante innovación, a nivel de regulación, seguridad y tecnología. En End to End Logistic lo más importante es la seguridad, teniendo también un lugar destacado la familia, la salud y el trabajo.

La innovación y la actualización de la regulación son fundamentales para el Grupo Piedra. Somos una de las empresas más punteras a todos los niveles, con implantación de cámaras inteligentes, con inteligencia artificial, sistemas robotizados para

almacenamiento, sistemas de detección de gases, es decir, estamos en constante innovación y mejora.

Contamos con un almacén con sistema ATEX, a prueba de fuego, nos exige tener, acabamos de adquirir una carretilla elevadora de en torno a unos 100.000 euros de valor, ya que la misma tiene que adaptarse a un proceso para convertirla en un producto que no pueda, bajo ningún concepto, generar ningún tipo de chispa para evitar incendios, porque trabajamos con gases y productos inflamables.

Dentro del grupo este año calculamos llegar cerca del millón de euros de inversión, en instalaciones, en materiales y, por supuesto, si posible, en recursos humanos.

Para concluir, nos gustaría saber ¿cómo se vislumbra el futuro para la empresa?

Estamos muy contentos con la progresión que llevamos. Tenemos un aumento del tráfico constante. Hemos ido siempre creciendo, tanto en volumen de facturación como en volumen de trabajo, así como de contratación de personal. Este año esperamos crecer en torno a un 10-15%, y estamos muy satisfechos con cómo hemos empezado el año, esperamos poder seguir en esta línea.

que se podrían llevar a cabo para incentivar a los conductores?

Creemos que ahora mismo hay dos problemas principales, desde nuestro punto de vista. En primer lugar, el estado de bienestar, que por suerte una gran parte de la población española tiene, invita poco a los jóvenes a dedicarse a ciertos tipos de trabajo, entre ellos, está claro que el sector del transporte requiere un sacrificio personal, de horas y de tiempo en un camión, que implica estar fuera de casa y esto hoy día choca mucho con la sociedad que los jóvenes quieren tener. Para compensar esto, evidentemente se debe mejorar la oferta laboral, tanto económica como de conciliación familiar, a fin de que los conductores vean compensadas esas cantidades de horas, que les permita contar con una recompensada económica el esfuerzo que realiza.

El mundo del transporte tiene que cambiar, evidentemente esto implicaría una subida de costes, pero que al final es una cadena. La logística es una cadena y todos los eslabones van a llevar hasta un punto final, y si esto implica una subida de los costes que el cliente final tiene que soportar, tendrá que ser así. No podemos pretender tener un eslabón de la cadena que soporte tantísima presión, a nivel



David Rodríguez: “Divership es un referente en el sector”

ENTREVISTA

DAVID RODRÍGUEZ
GERENTE DE DIVERSHIP

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

En 1998 Divership inició su camino en el mundo de las operaciones subacuáticas, ¿podría compartir con nosotros como fueron esos primeros años? ¿Cuáles fueron los mayores desafíos y cómo los superaron hasta llegar a la actualidad?

Como cualquier otra empresa pequeña en sus inicios, llevamos ya 27 años de trayectoria. El buceo no estaba regulado igual que ahora, este sector ha cambiado muchísimo, en nuestros inicios se buceaba con equipos autónomos, que nada tienen que ver con los medios que empleamos ahora, más modernos y seguros. En la actualidad se exige que el equipo de buceo esté conformado por cinco personas, antiguamente con un par era suficiente, y los requisitos legales y de seguridad, se basaban en un real Decreto de 1997, por lo que estuvieron obsoletos muchos años, hasta que en 2016 se complementaron con un Convenio Colectivo específico. La legislación actual data de 2020, adaptada a la realidad contemporánea y a la actualización del mercado.

Desde que comenzamos nuestra andadura hemos ido creciendo y adaptándonos a la legislación que iba surgiendo.

A lo largo de estos años, cabe mencionar que han experimentado un crecimiento y también una diversificación notable. ¿Cómo han logrado consolidarse como líderes en el sector tan complejo?

Es un sector muy específico y creemos que la clave para llegar a donde estamos, ha sido el trabajo duro y las ganas que hemos puesto a lo largo de toda nuestra trayectoria. Otras empresas se han ceñido a atender a los clientes que llegaban hasta ellos, a la demanda que tenían, y nosotros siempre hemos intentado innovar y mejorar en nuestro día a día.

Por tanto, la innovación es muy importante para Divership, ¿cómo han innovado a lo largo de todos estos años? Imagino

que deben estar al tanto de las últimas tecnologías e innovaciones que van surgiendo en el sector.

Sin duda, nuestro sector cuenta con muchas carencias con respecto a la disponibilidad de medios profesionales, no es fácil encontrar las herramientas y los medios adecuados en el mercado, ya que surgen trabajos tan específicos y personalizados que hay que adaptarse al máximo a la demanda del cliente.

Sin duda esto hace que tengamos que innovar constantemente y trabajar para superarnos, cosa que también hace que podamos dar la mejor respuesta a nuestros clientes y trabajemos siempre para crecer técnicamente.

Como bien comenta, hablamos de un sector que requiere de una especialización y de una formación muy concreta. ¿Está siendo fácil encontrar a profesionales cualificados?

No es nada fácil. Nuestro gremio es muy reducido porque, es una profesión muy específica, que requiere una formación y capacitación específica, por lo que el número de profesionales en España es reducido. Además, esta profesión tiene otro hándicap, por ejemplo, un carpintero estudia carpintería y trabaja como carpintero, pero en el buceo profesional se realizan una gran variedad de trabajos, como, por ejemplo, soldaduras, limpiezas, reparaciones mecánicas, inspeccio-



nes, corte de estructuras, etc., que lo único que tienen en común es su ejecución bajo el agua. Por tanto, el personal debe poseer, no solo titulaciones oficiales de buceo profesional, sino también conocimientos, habilidades y capacitaciones complementarias, para poder realizar su trabajo.

Ofrecen una amplia gama en servicios subacuáticos, ¿podría destacar algunos de los servicios más demandados por sus clientes?

Podemos distinguir, por un lado, los servicios navales o a buques, donde encontramos inspecciones, reparaciones de cascos de grandes buques, servicios a flota, con todo el trabajo que conlleva. Por otra parte, otra división de nuestra empresa, son las obras marítimas portuarias, como construcción y reparación de muelles, que llevan aparejados una considerable carga de trabajo subacuático.

Otro de los servicios que ofrecemos, es salvamento, rescate y reflotamiento de embarcaciones, normalmente de pequeñas dimensiones que se hunden a causa de temporales o por el impacto con el fondo marino.

A lo largo de vuestra trayectoria han participado en numerosos proyectos de gran envergadura, ¿podría destacar algunos hechos por su importancia por su complejidad?

El último que ha tenido bastante impacto mediático ha sido el rescate del Delta I, un pecio del siglo XVII, que se hundió en la Bahía de Cádiz. Fue descubierto en el año 2011, durante los trabajos de construcción de la Fase I de la Nueva Terminal de Contenedores del Puerto de Cádiz. Recientemente hemos realizado la extracción a superficie del Pecio y su traslado y colocación en tierra. Actualmente un equipo de arqueólogos está realizando el análisis y la catalogación del mismo.

Es la primera vez que se ha hecho este trabajo en España y hemos tenido la suerte y la capacidad de poder ser nosotros quienes han llevado a cabo este proyecto.

Por otro lado, hace un par de años realizamos un trabajo que nunca se había hecho en España, sustituímos la puerta del dique seco para reparaciones de buques más grande que tenemos en España, el Dique 4 de Navantia Cádiz.

Después de aproximadamente 40 años de servicio, fue necesario la renovación de la puerta del Dique, y Divership realizó la retirada de la antigua puerta y la instalación de la nueva, sino que también participó en el diseño y elaboración del procedimiento de ejecución, junto con los Astilleros de Navantia.

Anteriormente, otro rescate destacado, fue una embarcación de Sito Miñanco, el famoso narco traficante gallego. La Guardia Civil incautó la embarcación, trajeron el barco a Cádiz y lo dejaron a flote en el puerto, pero por falta de mantenimiento, se hundió en el muelle. Era un barco de 350 toneladas, bastante grande, en unas condiciones que no eran fáciles para sacarlo del fondo marino.

Otro interesante proyecto, fue una obra en la cual tuvimos que demoler y trasladar una estructura sumergida de hormigón de 800 toneladas, en el Puerto de Algeciras. Fue un procedimiento muy complejo, debido a las condiciones y el entorno en el que fue desarrollado, además de requerir medios técnicos muy específicos. Divership planteó la posibilidad de hacerlo con nuestros propios medios, y fue todo un éxito. De hecho, fuimos galardonados con el premio al Mejor Proyecto de Demolición de Corte con Hilo de Diamante” por la Asociación Nacional de Demolición.

¿Qué proyectos futuros tienen mente Divership, en qué áreas les gustaría seguir creciendo y desarrollándose?

Nuestra línea de trabajo es seguir con nuestra rutina, las perspectivas son seguir creciendo dentro de las limitaciones que tienen nuestro sector, por lo que hemos comentado antes, porque es un sector muy específico. Queremos seguir creciendo al ritmo que nos permita el mercado y las demandas de nuestros clientes.

En cuanto a proyectos, dependemos de lo que nos propongan nuestros clientes, ya sean privados o a través de las administraciones públicas, estamos abiertos a nuevas propuestas. Siempre trabajamos para adaptarnos a las necesidades de los clientes y dar la mejor solución posible. Divership es un referente en el sector, las empresas nos conocen y saben que en cuanto surja cualquier proyecto o necesiten de nuestros servicios, contarán con nosotros, como venimos haciendo hasta ahora.



ENTREVISTA

ROBERTO GONZÁLEZ
DIRECTOR
REMOLQUES UNIDOS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Nos gustaría conocer la historia de Remolques Unidos, ¿cuándo comenzó su actividad?

Comenzó en el año 1962, fue fundada por mi abuelo, en el Puerto de Santander y empezó comprando unos pequeños barcos de madera que se dedicaban a la pesca y los transformó en remolcadores, sobre todo, para prestar servicios a los astilleros que funcionaban en Santander.

Mi padre se incorporó al negocio, ya que tenían bastante trabajo y en el año 1970, aproximadamente, entran a colaborar con ellos navieras más grandes que había en Cantabria para ayudarles a poner remolcadores de acero y poder atender los servicios en el Puerto de Santander, que entraban barcos más grandes y la compañía que había no prestaba los servicios adecuadamente a toda la demanda que había. Se unieron varias navieras para cubrir estas necesidades, de ahí recibe el nombre de Remolques Unidos. Se instalaron los primeros remolcadores de acero, que fueron los primeros que diseñamos, nombrados

huno y dhos, debido a que hay una norma en la administración que dice que los números cardinales están prohibidos en los nombres de los buques, aunque fuese el número escrito con letras, entonces mi abuelo decidió poner la letra h para que pudiesen inscribirlo. Así siguieron nombrando nuestros remolcadores tres y cuatro.

¿En qué puertos y ciudades desarrollan su actividad actualmente? ¿Dónde están presentes?

Ahora mismo estamos en Santander y Málaga. Cuando Remolques de Málaga empezó a funcionar mi abuelo les ayudó con algunos consejos, comunicaciones, etc. En Málaga, en el año 1991, se retiraron los tanques de petróleo del Puerto de Málaga, entonces para los servicios portuarios comenzó una crisis brutal y en el año 2001 piensan en retirarse y jubilarse, porque no podían seguir con la situación y le dieron la oportunidad a mi familia de comprarla y continuar con el negocio, ya que se suponía que en el futuro iba a entrar una terminal de contenedores.

En el año 2001 ya estábamos diseñando remolcadores modernos y teníamos la ventaja de que con un remolcador nuestro podíamos re-

emplazar a dos de los que había allí en Málaga, estuvimos los primeros años aguantando esa crisis, hasta que empezó a despegar la terminal de contenedores.

Cuando la actividad empezó a crecer la otra compañía que tenía actividad de remolcadores en el Puerto de Málaga debía aumentar el tamaño en sus remolcadores y su potencia, hacerlos más modernos, pero no podían hacer frente a la inversión que aquello requería. Llegamos a un acuerdo con ellos y en 2006 lo compramos y reemplazamos los remolcadores antiguos por unos más modernos y con más potencia.

¿Con qué flota cuentan actualmente?

Ahora mismo tenemos 7 remolcadores y 1 en construcción. Utilizamos 6 para los remolques del Puerto, 4 en Santander y 2 en Málaga, tenemos 1 que es el que dedicamos tanto a la navegación de altura o servicios especiales, nos permite atender la compraventa de remolcadores. Es lo que nos ha hecho crecer en el sector, ya que somos una compañía relativamente pequeña, pero tenemos un know how de conocimiento de remolcadores, de diseño, construcción, con una trayectoria muy amplia, ya que



Roberto González: “La seña de identidad de Remolques Unidos es mejorar el diseño de los remolcadores”

esta empresa ha sido levantada por mi familia. Uno de mis hermanos es capitán y jefe de máquinas, realiza muchas navegaciones de altura, servicios especiales, salvamentos, remolques, en Inglaterra, en Turquía, servicios más complicados en los que él participa en el diseño y nos permite tener remolcadores muy modernos y adaptados a la nueva necesidad del mercado, en muchas ocasiones, con antelación a lo que hacen las grandes compañías con los grandes astilleros.

Lo que diferencia es esa innovación y esa actualización continua de los recursos.

Sí, la seña de identidad de Remolques Unidos es mejorar el diseño de los remolcadores.

En el año 1979 mi padre hizo una patente junto con un empleado, de un timón articulado, cuando todavía había remolcadores convencionales, el diseño que hicieron se instaló prácticamente en todos los remolcadores de España y parte del extranjero, porque era el sistema muy fácil de instalar, económico y aumentaba la maniobrabilidad el 40%. El único fallo fue que la patente se hizo solo en España y no la copiaron en Europa al poco tiempo.

¿Qué medidas toman para garantizar la seguridad y la eficacia en sus operaciones?

Lo más importante es conocer las necesidades del servicio, los puertos en los que se opera, cuáles son los problemas que van entrando, los barcos que van viniendo que cada vez son más grandes, más altos y hay una serie de necesidades que hacen falta atender y no es cuestión de poner más remolcadores o más potencia.

Una de las ventajas, que nos dio un gran impulso, es que conseguimos poner mucha potencia en un remolcador pequeño, de poco peso. Fuimos los primeros que pusimos más de 80 toneladas en remolcadores de menos de 32 metros y ahora mismo es el remolcador más construido en los astilleros. Todo

el mundo está construyendo esto, pero nosotros empezamos a hacerlo hace unos 15 años.

La ventaja de anticiparnos al resto de compañías nos ha permitido evolucionar, supimos entender muy bien el Puerto de Málaga, que no es lo mismo atender el servicio del Puerto de Algeciras o Barcelona, que atienden miles de barcos y pueden tener muchos remolcadores disponibles porque entran muchos barcos diariamente; en Málaga los barcos grandes prácticamente entran una vez cada 20 días, entonces no podemos tener muchos remolcadores para un servicio que se realice pocas veces al mes, no es rentable.

Esa necesidad fue la que nos hizo diseñar y mejorar esos remolcadores para implementar mucha potencia en los remolcadores de poco tamaño, que permitiera atender esos grandes barcos con solo dos remolcadores. Este diseño nos ha permitido venderlo por todo el mundo, a las compañías más grandes del mundo. Algunas de las grandes empresas del sector tienen más remolcadores nuestros que nosotros mismos.

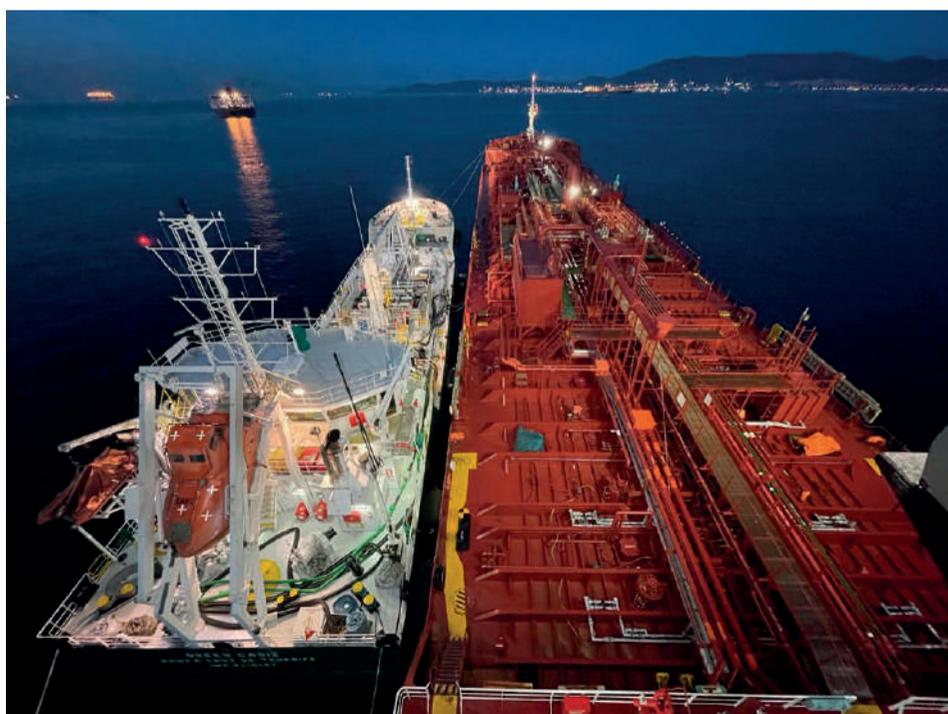
¿Cuál es su visión sobre el futuro de la logística portuaria? ¿Cómo se deslumbran ese futuro para Remolques Unidos?

La mayor preocupación que hay en nuestro sector y, prácticamente, en todos los sectores es la concentración de la mercancía y el poder de unas pocas empresas, que van ganando mucho poder negociador, porque son los que mueven las mercancías de gran parte del mundo. Esas compañías con sus beneficios cada vez van comprando más compañías que trabajan alrededor y se van quedando con todo el músculo de todos los países.

Estamos viendo como compañías logísticas españolas están pasando a manos extranjeras, eso no deja de ser una preocupación, porque se van perdiendo esas empresas que forman el tejido productivo de España.



José Luis Caraballo y Sergio López: “Somos pioneros en el diseño de barcos con baterías y motores eléctricos”



ENTREVISTA

**JOSÉ LUIS
CARABALLO RODRÍGUEZ**
DIRECTOR GERENTE DE MURELOIL
SERGIO LÓPEZ
DIRECTOR TÉCNICO DE MURELOIL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Nos gustaría conocer la historia de Mureloil, ¿cómo ha evolucionado su actividad a lo largo de estos años?

Mureloil nació hace casi 21 años. Su comienzo fue motivado por varias catástrofes que tuvieron lugar en aquella época, por lo que las petroleras decidieron eliminar sus flotas y a raíz de esto se crearon compañías privadas. Ahí nace Mureloil, se creó para trabajar con diferentes petroleras. Este es el origen de la naviera.

De ahí empezamos con un barco y hemos ido creciendo, hasta tener ahora 5 barcos y otros 2 en construcción.

¿Qué servicios específicos ofrecen actualmente en Mureloil?

El servicio que damos es servicio de buking, suministramos combustible en los puertos de Barcelona, Valencia, Algeciras, y en Portugal tenemos un buque que se mueve entre Sines, Setúbal y Lisboa. Suministramos a barcos que vienen a tomar combustible a estos puertos que previamente han contratado el servicio con los principales. Nosotros no vendemos directamente, solo trabajamos para las grandes compañías, para el Repsol, Cepsa, Galp.

¿Qué importancia tiene para Mureloil el Puerto de Algeciras?

Andalucía solo estamos presentes en Algeciras, pero precisamente es aquí donde tenemos las oficinas técnicas, la gerencia y todo lo que tiene que ver con la central, ya que es el puerto donde nacimos y donde más barcos tenemos.

¿Qué nos pueden contar de la adaptación a las nuevas tecnologías y a las regulaciones en el sector naval y portuario?

La regulación naval es bastante exigente, sobre todo, en lo relacionado con las emisiones, por ello, estamos desarrollando proyectos que implementan precisamente ese aspecto, trabajamos para llevar a cabo una reducción de emisiones, ya que nuestros barcos trabajan en puerto. Estamos apostando por tecnologías híbridas, de baterías y motores eléctricos, además de incorporar el uso de biocombustible, que es la forma que tenemos de reducir la huella de carbono de toda la compañía.

Efectivamente, ¿cómo veis el impacto climático en la actividad portuaria?, y ¿qué están haciendo al respecto?

Nosotros somos pioneros en este tipo de diseño para barcos, no encontrarás otra em-

“Estamos apostando por tecnologías híbridas, de baterías y motores eléctricos, además de incorporar el uso de biocombustible”

presa que se dedique a ello. Ahora empiezan a copiarnos, pero nosotros siempre hemos apostado por la descarbonización de los puertos. Hay una agenda europea para 2050 con unos requisitos específicos para las navieras, aunque nuestros barcos ya cumplen prácticamente con esa agenda de 2050, por lo que estamos bastante concienciados y avanzados en ese asunto.

¿Cuáles son los principales retos que identifica Mureloil actualmente en el sector?

La competencia es uno de los desafíos que enfrentamos. Nuestros barcos destacan por su alto nivel de tecnología e innovación, fabricados en España bajo los más estrictos estándares europeos. Construimos nuestras embarcaciones con componentes fabricados en Europa, dando preferencia a equipos de producción nacional, garantizando así la calidad, fiabilidad y eficiencia de cada uno de nuestros proyectos.

Además, operamos con tripulación y bandera española, lo que nos permite asegurar puestos de trabajo locales y fomentar la formación continua de nuestra tripulación. Este compromiso no solo fortalece el empleo en el sector, sino que también garantiza un alto nivel de profesionalización y especialización en nuestras operaciones.

Sin embargo, en el mercado existen embarcaciones importadas de calidad significativamente inferior, con niveles de emisiones hasta un 50% más altos y sin cumplir con los criterios de eficiencia, sostenibilidad e innovación que promovemos. Estos barcos compiten con nosotros sin asumir los mismos compromisos ambientales, tecnológicos y laborales.

Nuestro objetivo es que todas las compañías adopten estándares similares a los nuestros, fomentando la construcción de embarcaciones con altos niveles de seguridad, innovación. De esta manera, podríamos competir en condiciones más equitativas, impulsando un sector más sostenible, eficiente y tecnológicamente avanzado, alineado con los estándares europeos de calidad, respeto por el medioambiente y compromiso con el empleo local.

Para concluir, ¿qué esperan del futuro para Mureloil?

Nosotros esperamos seguir creciendo, sobre todo adaptando los barcos.

Efectivamente, me comentaba que tienen el proyecto de otros dos barcos en construcción, ¿verdad?

Sí, estos dos barcos, además, ya son especiales para suministrar metanol y nuevos combustibles sintéticos y biológicos más efectivos con respecto a la reducción de emisiones. Entonces, estamos no solo trabajando para nuestros barcos en el aspecto de reducir emisiones, sino también para adaptar los barcos a suministrar nuevos combustibles. Este es nuestro siguiente reto.



ENTREVISTA

RICARDO SÁNCHEZ DE PABLO
PRESIDENTE DE SP CONSULTORES Y SERVICIOS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Qué puede contarnos acerca de los inicios y trayectoria de SP consultores y servicios?

La empresa se fundó en 1990 y empezó a operar en 1993. Nos dedicamos a suministrar, proyectar y montar equipos para la carga en

Como bien me comentaba, las tapas de escotillas son su producto más emblemático. ¿Qué implementaciones han llevado a cabo en este producto a lo largo de los años?

La Construcción Naval es muy tradicional. Las escotillas son el hueco que hay en la cubierta de los barcos, por donde se realiza la carga y descarga. Sus tapas son grandes estructuras de acero para cuya manipulación se han ido introduciendo automatismos, sistemas electrohidráulicos y de control de forma que se requiere menos intervención humana.

En cuanto al otro elemento básico de nuestro catálogo, las rampas y elementos de buques-ferris, también se ha avanzado muchísimo, tanto en el estudio de la propia estructura de acero (son grandes piezas que pueden medir 20x15 metros, sometidas a cargas muy altas, porque pasan camiones cargados, remolques con contenedores, etc.) como en lo relativo a su control y seguridad (sistemas electro-hidráulicos, programación de secuencias, etc.) todo esto con métodos modernos de cálculos, optimizados. En general, se tiende a incorporar la tecnología más avanzada que podemos encontrar en el sector.

Deben garantizar la calidad y la seguridad de todos los productos.

Es importante resaltar que el Sector Naval es muy tradicional en sus planteamientos, primando la seguridad del producto sobre otros condicionantes. Hay que tener en cuenta que en la práctica, el buque es un sistema complejo que debe hacer frente a cualquier eventualidad durante su operación, en unas circunstancias de aislamiento

Además de los astilleros españoles, tienen clientes internacionales muy importantes. Actualmente, ¿en qué mercados operan?

Ahora mismo tenemos más trabajo fuera de España que aquí. En España somos el único fabricante español en activo y somos la firma de referencia para los astilleros. Aunque el número de éstos ha disminuido considerablemente, el trabajar con todos ellos, tanto en Galicia, Asturias como en el País Vasco, hace que mantengamos una actividad aceptable. Hablamos de distintos pedidos en marcha, en torno a cinco o seis barcos, desde superyates a cargueros y fast ferries.

Como comentaba, actualmente en el extranjero es donde más trabajamos, tenemos pedidos en India, en Turquía tenemos cinco contratos y ya hemos entregado los dos primeros, en Francia contamos con clientes tradicionales, tanto con buques militares, como privados, en Holanda tenemos un cliente muy importante con el que estamos trabajando en un proyecto para la Armada de Portugal (nos

Ricardo Sánchez de Pablo: “Hay pocas firmas que sean competidoras nuestras en el mercado”

han visitado recientemente y se fueron muy satisfechos de cómo avanza el proyecto). En otro astillero de los Países Bajos estamos en fase de pruebas de los elementos de un carguero.

En China ahora mismo no tenemos ningún contrato, pero sí tenemos proveedores de confianza desde hace muchos años. En Chile acabamos de entregar un buque rompehielos y tenemos un contrato muy importante para su Armada, se están construyendo cuatro barcos para transporte de vehículos y tropas, son buques tipo dique, como el Juan Carlos I de nuestra Armada, pero más pequeños. Los equipos para los cuatro buques se están empezando a fabricar aquí en España y se montan los Astilleros de Asmar, en Chile. En Canadá tenemos unos guardacostas, tres contratos en India y así confiamos en mantener la cartera de pedidos a buen nivel. Son mercados exigentes que tienen confianza en nosotros, ya que les atendemos muy bien, lo que resulta en que vuelven a contar con nuestra firma para otros proyectos.

También en Italia hemos terminado un segundo proyecto, un gran Ro/Pax (pasajeros y carga rodada) que está operando en el Mar Báltico para la naviera Polferries. En este momento en Alemania no tenemos ningún proyecto, tenemos ofertas, pero aún no se ha llevado a cabo ningún contrato. En este sector la gestación de los proyectos es larga, se empieza colaborando con los clientes en la fase de presupuesto y diseño básico, hasta que un contrato ya se materializa. Puede requerir un tiempo de un año y medio aproximadamente.

Imagino que establecen relaciones sólidas a largo plazo.

Sí, nuestros clientes siempre nos consultan y suelen repetir con nosotros, ya que somos una empresa consolidada. Hay pocas firmas que sean competidoras nuestras en el mercado y eso nos ayuda. Estamos muy consolidados en el sector porque las empresas confían en nuestro trabajo y por nuestra larga trayectoria.

A modo de conclusión, nos gustaría conocer, ¿cómo ven el futuro a largo plazo y cuáles son esos proyectos y líneas de trabajo que tienen sobre la mesa?

Tenemos dos campos de trabajo, la industria española, con sus astilleros, y el mercado internacional. Somos optimistas, por lo que comentaba anteriormente, siempre se van a construir barcos y siempre va a haber necesidad de contactar con empresas serias y consolidadas. Nosotros encajamos en ese segmento.

Esperamos que los astilleros en España no disminuyan más, es una pena, hemos sido una gran potencia en Construcción Naval y actualmente se está pasando por un momento muy complicado. Pero no diferente del que atraviesan los astilleros europeos.

De cara al mercado internacional, va a seguir existiendo y dependemos de nuestra propia habilidad para mantenernos en primera línea de servicio.

Deben estar en la vanguardia para mantenerse competitivos.

Nuestra intención es poco a poco ir haciéndonos con más clientes y fidelizándolos.

Sabemos que India tiene unos grandes planes de inversión en buques comerciales y militares, y tenemos una agente muy buena que trabaja con nosotros desde hace años. Es uno de los mercados objetivos y tenemos muchas esperanzas puestas en él.

Turquía es también muy importante, por su gran mercado naval (cuenta con muchísimos astilleros), pero su situación económica es muy inestable, con una inflación muy grande y será necesaria una estabilización antes o después.

También confiamos en que se arreglen las relaciones con Rusia y pueda seguir siendo un mercado importante por sus necesidades de productos industriales de todo tipo.

En líneas generales, somos optimistas con el futuro.



Kiko Pastor: “Queremos reforzar nuestro liderazgo en el Campo de Gibraltar y el sur de España”

ENTREVISTA

KIKO PASTOR
CASA PASTOR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Casa Pastor cuenta con una trayectoria de más de 70 años, comenzando en Ceuta y expandiéndose a Algeciras y otras regiones. ¿Podría compartir algunos de los hitos más significativos que han tenido lugar durante este largo recorrido?

Uno de los mayores hitos que podemos comentar ha sido ampliar servicios desde Ceuta a Algeciras en 1961, también la formalización de la empresa como sociedad en 1979, pasando de sociedad anónima a sociedad limitada en el 2021.

Otro de los grandes hitos fue la ampliación de servicios, en cuanto la industria se comenzó a desarrollar en la zona, gracias al «Plan de Desarrollo del Campo de Gibraltar» de los años 60, y también en 2007, con la adhesión a Aside AGRUPACION DE SUMINISTROS INDUSTRIALES DE ESPAÑA SL.

Como bien comenta, el traslado a Algeciras en 1961 marcó un punto de inflexión para la empresa. ¿Qué factores impulsaron esta decisión?

Esta decisión vino fomentada por la oportunidad de crecimiento que ofrecía el Puerto y el comercio en Algeciras, que aumentó su flujo y siempre ha sido mucho mayor que el de Ceuta, además por las sinergias que existían entre ambos lados del Estrecho.

Asimismo, a lo largo de los años han diversificado su oferta, atendiendo a sectores como el naval, el portuario y también la construcción. ¿Cómo ha evolucionado la empresa para satisfacer la necesidad de cambiantes de estos sectores?

Hemos ido evolucionando desde la parte de materiales en stock, también con el talento de nuestros empleados, especializando, sobre todo, la parte comercial, en los diferentes pilares del negocio, así como ampliando la cartera de clientes, buscando nuevas oportunidades, tanto de crecimiento en el caso de la construcción, como, por ejemplo, en la Costa del Sol, como la Autoridad Portuaria que también ha crecido considerablemente en el propio Puerto y el comercio y las empresas de su alrededor.

Con una trayectoria sólida en el sector, nos hemos consolidado como uno de los principales proveedores de suministros industriales en el Campo de Gibraltar y el sur de España.

Siguiendo con lo que comentaba, sobre la importancia de sus empleados, ¿está siendo tarea fácil reclutar y retener talento en el competitivo mercado laboral actual?

Más que encontrar profesionales competentes, el verdadero desafío está en retener el talento que formamos. Nuestro sector requiere perfiles especializados, y en un contexto donde la movilidad laboral es cada vez mayor, buscamos personas que no solo encajen en el puesto, sino que quieran crecer con nosotros a largo plazo en nuestra zona de actuación.

Contamos con un equipo experimentado y comprometido, cuyo conocimiento y trayectoria en la empresa son clave para mantener la calidad y el servicio que nos distinguen.

Han logrado fidelizar y retener este talento dentro de Casa Pastor, lo que se transforma en una empresa muy familiar.

Correcto, la mayoría llevan aquí muchos años con nosotros y los consideramos parte de nuestra familia.

Si incidimos en la situación actual del sector, ¿estamos en un buen momento?

Estamos en un momento de cambio, en el que España ha dejado de ser considerada una potencia industrial, aunque el Campo de Gibraltar sigue siendo uno de los polos industriales más importantes de Europa.

A esto se suma una transición tecnológica en un mundo cada vez más globalizado, donde factores que antes tenían un impacto menor ahora marcan la diferencia. Además, la evolución normativa afecta directamente a los sectores con los que trabajamos, exigiendo una constante adaptación.

Por otro lado, el crecimiento de Marruecos representa una gran oportunidad, impulsando la demanda de logística y servicios en la región y abriendo nuevas vías de negocio.

¿Cómo ha afectado la globalización y la digitalización?

El caso de la globalización tiene tanto su parte favorable como desfavorable, si ponemos el caso de una multinacional, sí que le afecta porque a nivel global de aranceles, tanto con Estados Unidos como con fabricación que pueda venir de China, le afecta directamente a su precio y costes, con lo que reduce directamente en la cifra de negocio y en todas las empresas satélites, incluidos nosotros, como suministradores.

Por otro lado, en cuanto a puertos y logística se refiere, es absolutamente positivo, ya que ha aumentado el comercio y se mueven más productos, cada año se supera el récord.

Si hablamos de sostenibilidad, ¿qué factor está jugando dentro de este sector?

Más allá de lo que es la normativa, todas las empresas están formalizando planes de transición energética y responsabilidad social corporativa, están valorando grandes cambios y proyectos en este aspecto. El Puerto dispone de una plataforma de startups, al igual que otras grandes empresas tienen sus planes de descarbonización y de transición a energía más verdes.

A modo de conclusión, nos gustaría conocer, ¿cuáles son los planes de crecimiento y expansión de Casa Pastor para los próximos años?

Ahora mismo apostamos por la digitalización del negocio, que nos lleve a optimizar los procesos y, por supuesto, a una mejor adaptación y anticipación a las necesidades de nuestros clientes, tanto pequeños como las grandes corporaciones y empresas de la zona. Con esto afianzamos nuestra posición como referente en el sur de España, especialmente en el Campo de Gibraltar.





Incargo: “Algeciras sigue siendo un punto estratégico y comercial importantísimo”



manera fiable la empresa.

Como todos los comienzos, fueron difíciles, Incargo se inició en el sector poco a poco, haciendo operaciones tanto de aduanas, como de consignaciones y operaciones logísticas, poco a poco, con trabajo y esfuerzo se fue haciendo su hueco en el sector.

Paco Domínguez lleva desempeñando la labor de consignatario alrededor de 24 años, de los cuales 17 ha trabajado en Incargo, por lo que conoce el sector y el Puerto Algeciras a la perfección. Paco entra en el departamento de operaciones y consignaciones de buques, encargándose él mismo de este departamen-

to durante los dos primeros años. A día de hoy, ese mismo departamento lo forman ya 5 personas, demostrando el crecimiento del departamento gracias al trabajo y el esfuerzo.

“Nuestro trabajo está muy relacionado con los mercados internacionales, ya que la consignación, en su mayoría, es con barcos extranjeros. En la actualidad, el Canal de Suez está cortado y las rutas deben pasar por el Cabo de Buena Esperanza, en África, lo que implica que hay buques que no pasan por el Estrecho de Gibraltar, y como consecuencia ha hecho que la actividad disminuya. Si el Canal de Suez se abriese de nuevo, la dinámica cambia y aumenta el tráfico interior por nuestro Estrecho. Estamos muy sujetos a las condiciones globales, como son guerras, conflictos y cualquier problema internacional que pueda afectar a estos movimientos.”

¿Cómo valora la situación del sector en general en la actualidad? ¿Están siendo buenos tiempos?

“Con respecto al Puerto de Algeciras, competitivamente hablando, siempre hemos la sensación que se nos minusvalora, no a sus empresas, sino al Puerto de Algeciras en

su desarrollo, que es uno de los más importantes de España, por no decir el más importante. Por ejemplo, desde Europa se ha acordado fomentar el uso de combustibles no contaminantes, y que también esta potenciado por parte de la Junta de Andalucía, alternativos, esto significa que hay barcos de combustibles fósiles que no van a pasar por este puerto para evitar esta tasa, pero, sin embargo, otros puertos están exentos de estas medidas. Lo que consideramos que no es nada justo, ya que desequilibra el sector, pues obliga a muchos barcos a pasar de largo por nuestro puerto para atracar en otros puertos donde sí pueden contaminar con estas emisiones.

En definitiva, afecta al negocio, restando competitividad a nuestro puerto. Sabemos que son medidas importantes para el medio ambiente y nuestra compañía apuesta por el futuro en este sentido, pero lo justo es que se aplique en todos los puertos por igual.

Además, en el caso de Algeciras tenemos justo al lado Gibraltar, que está exenta también de estas penalizaciones de combustibles fósiles. Justo en frente nos encontramos con Tánger, que también está exenta de estas penalizaciones y es algo que no comprendemos.

Sin embargo lo que no puede competir nadie es con la ubicación estratégica del Puerto Algeciras, nos encontramos en el Estrecho, puerta de Europa y de África, así como paso directo al Mediterráneo. El tráfico y el comercio va a seguir entrando por aquí.”

Sin duda alguna, se encuentran en una estación geográfica extraordinaria, pero deben competir en igualdad de condiciones que el resto de puertos, porque, como comentan, resta competitividad y ven mermada su actividad económica.

“Exactamente, todo ello influye directamente en la contratación y a nuestros trabajadores. El año pasado el Puerto de Tánger Med alcanzó un tránsito de contenedores muy importante, y hace pocos años todos esos contenedores pasaban por el Puerto de Algeciras. Las empresas del Puerto Algeciras no comprendemos esta situación.

Sabemos que Marruecos se está preparando la ampliación del Puerto de Tánger Med, y van a abrir otra terminal cercana a Melilla y nosotros nos preguntamos ¿qué están haciendo nuestras administraciones para contrarrestar estas acciones?, ¿de qué manera nos van a ayudar?”

Sin duda, es necesaria una puesta en marcha de medidas por parte de nuestras administraciones públicas. ¿Han podido reunirse con ellas y tratar hecha problemática?

“Sí, distintos organismos del Puerto, incluso la misma Autoridad Portuaria, se han reunido con las administraciones para reclamar estas inversiones, pero estas inversiones se deciden y se incluyen en los Presupuestos Generales del Estado, que son aprobados por el Gobierno, no es algo nuevo, esto viene

desde hace tiempo, estas finalmente no ha recalado en nuestro puerto como pensamos que se merece.

A pesar de todo ello, Algeciras sigue siendo un punto estratégico y comercial importantísimo”.

¿Cuáles son los principales retos y oportunidades que identifican desde Incargo para el futuro del sector?

“Uno de los retos actuales más grandes que nos encontramos ahora mismo está relacionados con el tema de las aduanas. En Incargo, para conseguir especializarnos, nos hemos centrado en gestión Aduanera en importación de contenedores, y durante estos últimos años al tener un departamento de consignaciones, estamos realizando muchos avituallamientos a buques, suministros, reparaciones de motor, etc. Últimamente también realizamos tránsitos de mercancía bien a la Unión Europea o al resto del mundo.

Consideramos que para crecer es importante especializarse poco a poco en cada foco, no querer abarcar mucho desde el principio, sino prestar atención a puntos aspectos y conocimientos específicos y desarrollarlos de la manera adecuada y una vez que estemos especializados en ellos pasar al siguiente paso”.

Cada vez deben estar más especializados y atender a un público más concreto para diferenciarse de la competencia.

“Exactamente, decidimos especializarnos en despacho de contenedores e intentamos dar un servicio lo más cercano y familiar posible. Sabemos que ahora mismo no podemos competir con grandes empresas que se encuentran a nivel internacional, pero conocemos nuestras fortalezas y seguimos trabajando en ellas”.

¿Está siendo difícil encontrar trabajadores formados en el sector?

“No está siendo sencillo, consideramos que lo mejor es formar a los trabajadores. Lo importante es tener personal proactivo para poder formarlo en los departamentos más específicos.

También consideramos muy importante que estas personas que trabajen con nosotros tengan un buen dominio del inglés, porque es una herramienta principal, podemos dar formación en el resto de actividades pero el idioma es fundamental, ya que todos los capitanes de barcos y la mayoría de nuestros clientes se comunican en inglés”.

A modo de conclusión, nos gustaría preguntarles por los objetivos y proyectos que le quedan por cumplir a Incargo a largo plazo.

“En general nuestra compañía comercialmente asistimos a distintas ferias, congresos y convenciones para poder captar nuevos clientes que hagan parada técnica en el Estrecho y poder ofrecerles todos nuestros servicios. Estamos intentando crecer incorporando nuevos establecimientos, depósitos y almacenes.

Queremos que nuestro cliente se sienta muy seguro, si un cliente tiene un problema, intentamos solucionarlo, darle los menos problemas posibles, porque el cliente lo que quiere es que su mercancía llegue y salga en buenas condiciones, con los menores costes posibles, que todo sea lo más rápido y eficiente”.

ENTREVISTA

ENRIQUE GANDOLFO

DIRECTOR INCARGO SL

JUAN PEDRO MARTÍN

RESPONSABLE DE ADUANAS

INCARGO SL

FRANCISCO DOMÍNGUEZ

RESPONSABLE DE OPERACIONES

INCARGO SL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cómo fueron los inicios de Incargo? ¿Qué pueden contarnos acerca de su trayectoria?

Incargo Andalucía Sur es una empresa ubicada en Algeciras, tiene su sede central en Madrid y otras sedes en diferentes puntos de España. Cuando dan el paso de instalarse en Algeciras, su plan es seguir ampliando de



ENTREVISTA

GÁDOR HIGUERAS
DIRECTORA COMERCIAL
TRANSPIEDRA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Podría describir brevemente la historia y la actividad principal de TransPiedra?

TransPiedra es la empresa “madre” del grupo. La actual Stone Brothers Group ha crecido mucho desde sus inicios, pero todo empezó con ella. Dos hermanos muy jóvenes heredaron esa marca y pararon de las cubas amarillas de escombros de antaño a ser gestores de residuos peligrosos, dando respuesta a las necesidades que nos iban marcando nuestros clientes. Por este mismo motivo, satisfaciendo las necesidades de los clientes y entendiendo que tenemos el puerto líder del Mediterráneo, tuvimos que hacernos agentes MARPOL. Así se formalizó uno de los servicios que prestamos donde somos referentes en el Campo de Gibraltar.

En la actualidad, como TransPiedra, ofrecemos las siguientes actividades: gestión integral de residuos tipo MARPOL, peligrosos y no peligrosos, desde el asesoramiento inicial y gestión documental, clasificación y tratamiento hasta la recogida, transporte. De esta forma el cliente puede delegar sus residuos, desde el inicio hasta el final, en nosotros; transportes, amplia gama de vehículos, desde furgonetas hasta camiones especializados, pasando por satélites, compactadores de carga trasera, cisternas, etc.; camiones grúas, ofrecemos un servicio integral y personalizado, adaptándonos a las exigencias de cada proyecto. Operamos con cargas con un izado de hasta de 13 toneladas. Con plumas que llegan a una distancia de 33 metros, con un máximo en punta de 920 kilos de elevación.

¿Cuál es su papel en la cadena logística del puerto?

TransPiedra responde a las necesidades logísticas de los buques con la mayor flota de camiones grúas a su servicio. Para ello, todos, tanto conductores como camiones y camiones grúas, tienen los Certificados ADR correspondientes para manejar cualquier tipo de mercancía con total seguridad. Nuestros clientes siempre alaban que, frente a otras empresas, nosotros le solucionamos los problemas que puedan encontrar. Los servicios en Overtime por ejemplo, nosotros no tenemos problemas en ese sentido, trabajamos 24/7 y todos los días del año, sin excepciones. Aunque nos enfrentamos a operativas y/o accesos difíciles, al tener una amplia flota podemos buscar soluciones a todas estas complicaciones.

¿Qué puede contarnos del proceso de gestión de residuos que llevan a cabo en su empresa?

TransPiedra prioriza por encima de todo el cumplimiento de la normativa vigente. Tanto para los residuos de “tierra” como para los generados por los buques. En este sentido debemos estar actualizados por las diferentes normativas que reglan ambos escenarios. Además, nuestra filosofía no es solo dicho cumplimiento, sino que si podemos vamos más allá. Es ahí donde queremos dedicar nuestro esfuerzo y seguir diferenciándonos de la competencia.

Nuestro compromiso con el medio ambiente nos hace priorizar la correcta gestión de los residuos por encima de los económicos.

“TransPiedra responde a las necesidades logísticas de los buques con la mayor flota de camiones grúas a su servicio”

¿Qué medidas toma TransPiedra para garantizar la seguridad y eficiencia en el transporte de materiales desde y hacia el puerto?

Para el transporte seguro, en materia de mercancías peligrosas, existe un Convenio Internacional, traspuesto a la normativa española, llamado ADR, que nos indica cómo, dónde, con qué identificación, etc., se pueden transportar las mercancías. En este aspecto, contamos con Javier Piedra, que además de ser socio fundador de TransPiedra, tiene el título de Consejero de Seguridad. En este sentido estamos muy tranquilos con su gestión, puesto que lleva manteniendo este título en vigor 24 años consecutivos. Empresas de grandes nombres, navieras muy conocidas, confían en nosotros por ejemplo para el trasvase de mercancías y acondicionamiento de las mismas. En muchas ocasiones se producen roturas de contenedores o de los envases que contienen la mercancía. Es ahí cuando se ponen en nuestras manos para reacondicionar contando con su experiencia y supervisión.

¿Qué iniciativas llevan a cabo para reducir el impacto ambiental de sus operaciones de transporte portuario? ¿Qué tecnologías o prácticas sostenibles implementan en su flota de vehículos?

Gádor Higuera: “TransPiedra prioriza por encima de todo el cumplimiento de la normativa vigente”



Como iniciativas ambientales, entre otras, puedo decir que recientemente hemos renovado nuestros sellos de Calidad, de Medio Ambiente y de Prevención de Riesgos Laborales. Estas certificaciones no son obligatorias, pero si entran dentro de nuestra filosofía. Es una forma de “obligarnos voluntariamente” a hacer las cosas mejor, por encima de lo establecido. El departamento de Calidad se encarga de buscar prácticas sostenibles, de usar tecnologías limpias, etc. Por ejemplo, actualmente estamos renovando la flota de vehículos. Los nuevos modelos obviamente son más eficientes energéticamente y menos contaminantes. Entendemos que la inversión inicial que esto supone merece la pena buscando así reducir nuestra huella de carbono.

¿Qué proyectos tienen a corto y largo plazo en relación con sus operaciones portuarias?

Nuestro proyecto, como históricamente hemos hecho, es ir creciendo de la mano de nuestros clientes, adaptándonos a sus necesidades y evolucionando paralelamente en función también de lo que la legislación va marcando.

En este sentido, hace 30 años no esperábamos que hubiese un Anexo MARPOL que regulara las sustancias que contaminan el aire. Ahora, el último Anexo, el VI, regula esto y nosotros desde TransPiedra ofrecemos los medios para gestionar los residuos regulados en dicho anexo. En el caso del MARPOL I, para la producción de sentinas (residuos que se producen por el consumo de derivados del petróleo) irá dis-

minuyendo. Los buques cada vez funcionan más con energías renovables y esto nos dibuja un escenario distinto.

La economía circular nos empuja a enfrentarnos a nuevos retos y desde TransPiedra intentamos aportar nuestra experiencia y nuestros puntos de vista mediante las relaciones que a lo largo de estos años se han fraguado con Administraciones Locales, Autonómicas y Nacionales. Para ello pertenecemos a diferentes Asociaciones Empresariales, claves en este sentido, donde recibimos y enviamos información. Hemos sido fundadores y presidentes de CEC Medioambiente, somos vicepresidentes de ANAM, hemos presidido durante 20 años AESBA y seguimos siendo un miembro muy activo en su actual Junta Directiva, etc.



Fátima Esteban: “Más escalas, más transportes y más empleo: el balance positivo de una empresa en auge”



ENTREVISTA

FÁTIMA ESTEBAN
OPERATIONS MANAGER I.P.S.S.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Qué balance pueden hacer del pasado año 2024 a nivel general de la compañía?

El balance de 2024 es muy positivo, ya que somos una empresa joven en el puerto de Cádiz y el año pasado conseguimos alcanzar unas cifras estupendas, duplicamos nuestras operaciones e ingresos en comparación al año 2023, el año ha sido, histórico para la empresa.

A nivel de consignación, hemos aumentado nuestra presencia a nivel nacional, con el triple de escalas en 2024, comparado al 2023. Por lo tanto, el aumento ha sido considerable, aunque todavía seguimos siendo un nuevo consignatario, somos pequeños a nivel nacional, pero seguimos creciendo cada día.

También hemos aumentado la plantilla y esperamos seguir creciendo en este sentido año a año.

En este sentido, el crecimiento exponencial que experimentaron desde el 2023 hasta el 2024, ¿esperan que este crecimiento se mantenga en la misma senda durante este año 2025?

Sí, por supuesto, tenemos muchos más proyectos entre manos, estamos en constante crecimiento, no paramos de trabajar y esto solo puede traernos buenas noticias.

Si incidimos en vuestra actividad, ¿cómo garantizan la seguridad y la integridad de la carga durante las operaciones de carga y descarga y en el transporte marítimo?

Una de las medidas que ponemos en marcha es, por ejemplo, a través de empresas de seguros, trabajamos con ellos y ofrecemos seguros a nuestros clientes para mercancías de alto valor, como es el caso de obras de arte para cruceros.

También nos estamos adentrando en el sector del embalaje específico para este tipo de mercancías, para asegurar que llega a destino en las condiciones requeridas por el cliente.

Consideramos fundamental centrarnos en la formación de nuestro personal de almacén para que estén al día de todas las normas de seguridad de carga y descarga para que la mercancía llegue siempre en buenas condiciones y, por supuesto, trabajamos con *partners* que tienen mucha experiencia en el sector, que brindan un trabajo excelente, de buena calidad, con las últimas tecnologías para la seguridad de las piezas que transportamos día a día.

Hablaba de la formación que brindan a sus trabajadores, imagino que en este sector la actualización constante es vital, ¿verdad?

Exactamente, cada día hay nuevas reglas, normas y actualizaciones y tenemos que estar al día para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes, el más eficiente.

¿Es fácil encontrar personal cualificado?

Depende del departamento, por ejemplo, en temas de operaciones, es más complicado, porque buscamos gente proactiva, con alto nivel de inglés y estamos viendo que es difícil encontrar estos perfiles. Nos hemos dado cuenta de que a nivel empresarial es complicado encontrar a gente formada en este sector.

Por ejemplo, en cuanto al personal de almacén sí es algo más sencillo encontrarlo aquí en Cádiz, ya que estamos en un sitio de mucha industria y en este sentido no tenemos tantas complicaciones.

Por otra parte, más allá de las herramientas tecnológicas para trazabilidad, ¿qué otras innovaciones tecnológicas se están implementando o explorando para optimizar las operaciones portuarias y marítimas?

Estamos tratando de integrar nuestro sistema operativo interno con el programa portuario, Dueport, para agilizar la operativa, pasar información de una manera más rápida y exacta y minimizar posibles errores.

También operamos directamente con las navieras y sus propios sistemas para ofrecer a



nuestros clientes la información más actualizada posible. A nivel interno estamos trabajando en automatizar el proceso de entrada y salida de mercancía del almacén con las últimas novedades tecnológicas. Estar ubicados dentro del puerto de Cádiz nos permite una operativa mucho más rápida y sencilla para el transporte marítimo.

¿Cómo están abordando la transición hacia combustible más sostenibles y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en sus operaciones?

Hemos creado un HUB en el Puerto de Cádiz, en la que colaboramos con un distribuidor de bebidas alcohólicas, que cuentan con vehículos eléctricos para la distribución de estas bebidas al casco urbano de Cádiz y el resto de la ciudad, entonces ellos cargan allí sus motocicletas, donde cargan la mercancía y distribúan al centro de la ciudad.

Tratamos de trabajar también con *partners* logísticos que cuenten con una flota de vehículos de bajas emisiones, es algo que no se puede garantizar en el 100% de las operaciones, pero siempre intentamos buscar las opciones más sostenibles. También intentamos agrupar las mercancías para evitar diversos viajes y por tanto el mayor aumento de gases.

Ya comentado anteriormente, pero nos gustaría conocer en profundidad, ¿cómo se adaptan a las constantes actualizaciones y regulaciones marítimas y como asesoran a sus clientes en este aspecto?

Estamos en constante comunicación con navieras para actualización de rutas e itinerarios que puedan ser beneficiosas para nuestros clientes, así como para el transporte de las mercancías. También intentamos apoyar a nuestros clientes para evitar aumentos en los costes de transporte, por ello, siempre los mantenemos informados ante las nuevas incertidumbres geopolíticas, como, por ejemplo, ahora con el caso de Estados Unidos y los nuevos aranceles o la situación actual que encontramos en el Mar Rojo, con los piratas, se han tenido que desviar muchas rutas de barcos y han incrementado la tarifas en estas rutas.

A modo de conclusión, nos gustaría conocer, ¿cuáles son los objetivos estratégicos a largo plazo?

Realmente lo que buscamos es la formación constante del personal para ofrecer un servicio óptimo a nuestros clientes, ya sea a nivel aduanero, en transporte y a nivel de consignación. Siempre tratamos de dar el mejor servicio a nuestros clientes, que ellos queden satisfechos y seguir ampliando nuestra cartera de clientes para el futuro. En definitiva, queremos seguir creciendo, tanto para que el cliente como nuestro personal, estén satisfechos con todos nuestros servicios y operaciones.





María Teresa Jiménez: “Conocemos la industria marítima y sus necesidades, lo que nos permite ofrecer una formación relevante”

ENTREVISTA

MARÍA TERESA JIMÉNEZ

GERENTE DE BAHÍA DEL SUR, CENTRO DE FORMACIÓN MARÍTIMO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Me gustaría conocer un poco sobre la historia y la misión principal del Centro de Formación Bahía del Sur. ¿Cómo comenzaron y cuál ha sido su trayectoria?

Somos un centro de formación marítimo que abrió sus puertas en el año 2011. Nuestra historia se remonta a una tradición familiar de cuatro generaciones ligadas al mar. En 2011, decidimos canalizar esa experiencia y pasión creando este centro. Nuestro objetivo principal es proporcionar la formación necesaria para que, tanto los profesionales actuales como los de un futuro, puedan trabajar en los diferentes tipos de buques, contribuyendo así al sector marítimo, al que nos dedicamos con vocación.

¿Qué les diferencia de otros centros de formación marítima?

Lo que nos distingue es que el equipo que conforma este centro, desde su concepción, está formado por profesionales del sector marítimo. Conocemos a fondo la industria y sus necesidades, lo que nos permite ofrecer una formación realmente relevante. Además, con el tiempo, hemos logrado convertirnos en uno de los centros de formación marítima más completos de España. Contamos con una amplia gama de cursos homologados por el Ministerio, lo que nos permite satisfacer las diversas demandas del sector. Nuestra oferta formativa sigue expandiéndose continuamente, adaptándonos a las nuevas exigencias y oportunidades.

En la actualidad, ¿cuáles son los cursos más demandados?

Nos especializamos en formación marítima, ofreciendo los cursos necesarios para trabajar en diversos tipos de buques. Desde



buques de pasaje hasta petroleros, químicos, gaseros etc, la variedad en los diferentes medios de transporte marítimo es amplia. Sin embargo, debido a nuestra ubicación en Algeciras y la alta demanda

local, los cursos más solicitados son aquellos dirigidos a trabajar en buques de pasaje. Las empresas navieras de la zona como por ejemplo Balearia, Armas-Trasmediterranea, etc. son las principales emplea-

dos en la zona, lo que explica la popularidad de esta formación.

En este sentido, ¿ha aumentado la demanda en estos últimos años? ¿Se está interesando cada vez más la gente en formarse en este tipo de profesiones?

Hemos notado un aumento significativo en la demanda de formación marítima en los últimos años. Es cierto que un barco requiere una tripulación diversa, y nuestros cursos se centran en preparar a las personas para puestos como marineros, camareros y personal de limpieza, que son esenciales para el funcionamiento diario de un buque, así como la formación continua y actualización para el resto de tripulantes.

Los puestos de capitán y oficial requieren estudios universitarios especializados, que no ofrecemos, solo certificaciones de especialidad.

La demanda es alta debido al gran número de marineros y personal de servicio necesarios en cada barco. Además, la gente reconoce cada vez más la importancia de la formación para acceder a oportunidades laborales. Este sector ofrece muchas posibilidades, y constantemente vemos a nuestros alumnos conseguir empleo.

Por supuesto, como en cualquier profesión, hay quienes descubren que la vida en el mar no es para ellos. Algunos se marean, otros encuentran el trabajo demasiado exigente, y deciden buscar otras opciones. Sin embargo, la demanda constante garantiza que siempre haya oportunidades para aquellos que desean trabajar en el sector marítimo.

Más allá de la formación teórica, ¿ofrecen formación práctica?

Nuestros cursos se rigen por normativas y directrices específicas a nivel internacional, lo que significa que no los diseñamos a nuestro antojo. Cada curso incluye una parte teórica y una parte práctica obligatoria. Es importante distinguir entre la práctica que se realiza dentro del curso y las prácticas en empresas.

En general, nuestros cursos no requieren prácticas externas en empresas, a diferencia de programas como los de Formación Profesional, que suelen incluir un periodo

de prácticas obligatorio. Nuestros cursos son completos, combinando teoría y práctica, y una vez finalizados, los alumnos están preparados para trabajar.

Sin embargo, hay un número reducido de cursos que sí exigen prácticas externas, pero en esos casos, los alumnos deben gestionarlas por su cuenta.

¿Cuál es el perfil tipo de los estudiantes que acuden a Bahía del Sur?

El perfil de nuestros alumnos varía significativamente dependiendo del curso que elijan. Ofrecemos una amplia gama de cursos, y cada uno atrae a un tipo de alumno distinto.

Para los cursos orientados a trabajar en buques de pasaje como marineros, solemos recibir a gente joven, a menudo en busca de su primer empleo. Muchos de ellos tienen familiares o amigos en el sector, lo que les ha motivado a seguir esta carrera.

En resumen, el perfil de nuestros alumnos depende del tipo de trabajo que desean realizar. Desde jóvenes que buscan su primera oportunidad en buques de pasaje, profesionales en activo que deben actualizar certificados, hasta personas con interés en el sector recreativo profesional, adaptamos nuestra oferta formativa a las necesidades de cada grupo.

Para concluir, María Teresa, me gustaría conocer sus planes de futuro. ¿Cuáles son las metas del centro, especialmente en lo que respecta a la ampliación de la oferta formativa? ¿Cuál será la hoja de ruta que seguirán?

Nuestro objetivo principal es ampliar al máximo las homologaciones que podemos ofrecer dentro del sector marítimo. Buscamos cubrir todas las necesidades formativas de quienes desean trabajar en el transporte marítimo, independientemente del tipo de barco. De hecho, ya contamos con una amplia gama de cursos, pero seguimos trabajando para añadir nuevas homologaciones.

Además, estamos explorando la posibilidad de ofrecer formación para consignatarios y operadores de terminales portuarias, ampliando así nuestra oferta a otros subsectores relacionados con el ámbito marítimo-portuario.

Nuestra estrategia consiste en diversificar nuestra oferta formativa dentro del sector marítimo-portuario, abarcando cada vez más áreas y especializaciones. Queremos ser un centro de referencia para cualquier persona que desee formarse en el sector, pero siempre manteniendo el enfoque en el sector marítimo. No nos planteamos ofrecer formación en áreas ajenas a este ámbito, como seguridad privada u otras. Nuestro compromiso es con el mar y con quienes desean hacer del mar su profesión.



Pablo de Celis: “Ofrecemos una atención máxima, personalizada a cada cliente”

ENTREVISTA

PABLO DE CELIS
DIRECTOR COMERCIAL
ASTILLEROS DEL
GUADALQUIVIR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es la historia y trayectoria de Astilleros del Guadalquivir en el contexto del Puerto de Sevilla?

El astillero fue construido e inaugurado en 1956, lo que hoy tiene en concesión Astilleros del Guadalquivir es una parte de ese astillero. El astillero original fue segregado en diferentes partes y actualmente diferentes empresas se hacen cargo de estas divisiones.

Hace 14 años el astillero quebró y otra empresa se hizo cargo, creando Astilleros del Guadalquivir. En febrero de 2017 llegamos al astillero y rápidamente nos dimos cuenta del cariño que se le tiene al astillero en la ciudad de Sevilla, es un motor muy importante y potente económicamente. Lo que encontramos no se parecía a lo que había en sus inicios, al potencial que tenía, pero pensamos que podríamos volver a relanzarlo e intentar conseguir que volviese a ser lo que fue.

Cuando llegamos en 2017 contábamos con 4 trabajadores y actualmente tenemos en plantilla 35 trabajadores directos, sin tener en cuenta las subcontratas permanentes. No solo hemos aumentado el personal sino también los servicios.

¿Cómo ha sido la evolución de la empresa los últimos años en relación con la actividad portuaria?

En 2017 cogimos la concesión del astillero por valor de 1 €, pero haciéndonos responsables de la deuda que arrastraba con los acreedores. Tuvimos que inyectar fondos para estabilizar el negocio y solicitamos a la Autoridad Portuaria un periodo de concesión más largo para que tuviera sentido la inver-

sión que íbamos a hacer de liquidar esas deudas y empezar a crecer.

En 2019 establecimos el modelo de negocio, lo cambiamos de la construcción de buques al negocio de las reparaciones, generamos nuestros primeros beneficios en 2019 con una facturación por encima de los 3 millones. Cuando parecía que el negocio comenzaba a remontar llegó el COVID, fue un golpe duro porque no había apenas movimiento, mantuvimos a todo el personal en plantilla mostrando nuestro compromiso tanto con el proyecto como con la ciudad.

En septiembre de 2020 me incorporo a la empresa como director comercial y, a partir de ahí, comenzamos una nueva etapa, con un crecimiento progresivo del astillero. En 2022 superamos los 5 millones de facturación y en 2023 se consigue tocar techo, alcanzando los 8 millones. En 2024 repetimos los números del año previo, con unos beneficios alrededor de los 700.000-800.000 euros a final de año. Reducimos la pérdida que tuvimos durante el covid.

Con la previsión de este año parece que, 3 años más tarde, recuperaremos lo que se perdió en el covid, todo ello acompañado del aumento de la plantilla que nos ha ayudado a conseguir este crecimiento.

¿Qué otros desafíos y retos enfrenta la empresa en el contexto actual del sector marítimo y portuario?

El primer reto fue heredar una empresa que se encontraba en un momento muy difícil, no solo a nivel económico, sino también de instalaciones, se perdieron las grúas, los servicios generales contra incendios, de seguridad, etc. Teníamos un dique, pero no estaba operativo al 100%, tenía fugas en las compuertas, etc. Comenzamos en unas condiciones muy precarias que limitaban significativamente nuestro margen de maniobra. Actualmente hemos realizado mejores importantes en todos los ámbitos destacando aquellos en maquinaria, dique, personal y oficinas,

Otro de los principales retos es encontrar personal que quiera formar parte de este sector, princi-



palmente perfiles relacionados con la producción. Los barcos navegan de continuo y sus exigencias son máximas. Pueden surgir averías o reparaciones en cualquier momento y nuestro personal debe estar operativo para solucionar estos contratiempos y dar el mejor servicio a nuestros clientes.

Estamos muy orgullosos de haber levantado este astillero que encontramos en proceso de liquidación y estaba muy dañado, partimos de un momento muy negativo, pero vimos la oportunidad de cambiar y evolucionar a un modelo de negocio rentable y gran proyección.

Consideramos que Sevilla era el lugar adecuado y que esta ciudad merecía un servicio como el que podemos ofrecer en Astilleros del Guadalquivir. Nos dedicamos a reparaciones de buques medios, la competencia está especializada en buques de grandes esloras, pero en buques de carga pequeña no es tan común y tan sencillo encontrarlo en esta zona, por lo que pensamos que habíamos encontrado un nicho de mercado potente, aunque teníamos que trabajar mucho en él.

Por lo tanto, por lo que comenta, la ubicación en la que os encontráis es muy importante. ¿Qué papel juega vuestra ubicación para la competitividad de la empresa?

Sevilla nos ofrece tanto ventajas como desventajas. Una de nuestras principales ventajas, es que solo contamos con un dique, por lo que ofrecemos una atención máxima, personalizada a cada

cliente. El cliente sabe que cuando viene aquí el astillero va a dedicar todos sus recursos a su barco y, por lo tanto, minimizar el tiempo de reparación. Otros astilleros con mayores instalaciones reparten sus esfuerzos entre todos los clientes que reciben, ya que tienen varios barcos al mismo tiempo. En nuestro caso trabajamos al 100% con cada cliente.

Sevilla es una ciudad muy atractiva para los clientes, con un clima inmejorable que permite agilizar la mayoría de los trabajos que se realizan a bordo.

Por otro lado, una de las principales desventajas es que el 99% de nuestros clientes vienen de otros puertos y, por lo tanto, nuestra ubicación implica una desviación hasta Chipiona con el añadido de que los barcos deben remontar el río, alrededor de cinco o seis horas. Sabemos que es algo que siempre juega en nuestra contra, ya que Sevilla no es un puerto principal, pero al mismo tiempo tenemos muchísima expectación en los planes de expansión del Puerto de Sevilla.

¿Cómo se adaptan a las nuevas tecnologías y regulaciones en el sector naval y portuario? ¿Qué tipo de innovaciones tecnológicas han implementado en sus procesos de reparación y construcción naval?

Principalmente nos hemos centrado en establecer y mantener el astillero, porque como he comentado, al llegar tuvimos que hacer frente a un gran desembolso para

liquidar a los acreedores de los anteriores propietarios, tuvimos que centrarnos en ahorrar y no pudimos pensar tanto en implementar tecnología en nuestra empresa.

En la siguiente fase, hemos invertido en aumentar la plantilla, en renovar talleres, maquinaria y mantenimiento exhaustivo del dique. Vamos paso a paso, tenemos que ir centrando los esfuerzos. Creemos que ahora es el momento para centrarnos en la implementación de tecnología. De hecho, la plantilla se ha visto reforzado en ese departamento y estamos valorando sus iniciativas con vistas a implementarlas en 2026.

¿Cuál es su visión sobre el futuro de la industria naval en el Guadalquivir y su contribución al desarrollo en el Puerto de Sevilla?

Primero queremos construir un negocio que de beneficio, que sea competitivo. Además, queremos dejar un legado en la ciudad de Sevilla, que se mantenga esa tradición naval, independiente de quien esté aquí, ese es nuestro objetivo prioritario.

Nos encontramos en un puerto con mucha historia, a pesar de ser de interior, pero queremos expandirnos, sabemos que tenemos mercado suficiente como para incrementar nuestras instalaciones, bien por diques nuevos o varaderos. Hace poco hemos valorado la opción de coger la esclusa antigua, como un dique. Consideramos que el desarrollo de nuestra empresa puede ser de grandísima importancia para el puerto. El objetivo es volver a ser una referencia dentro del sector.

Del mismo modo, tenemos una magnífica relación con las Autoridades, consignatarias y empresas ubicadas en el polígono de Astilleros. Las sinergias son constantes. Además, la presencia de Carmen Tovar como delegada de la Zona Franca está siendo de gran impulso. Creemos que el futuro del puerto es esperanzador y “la marca Sevilla” se verá potenciada.

En estos últimos años hemos experimentado un crecimiento muy grande, nos gustaría desarrollar la red de subcontratas, potenciar la mano de obra local, para nosotros lo ideal es que el 100% de nuestros empleados fueran de Sevilla, aún no lo hemos conseguido porque falta gente formada, pero no desistimos. Alcanzar acuerdos con las principales universidades y escuelas es otro objetivo para continuar apostando por la gente joven. Somos una empresa que cree e invierte firmemente en la formación del personal. De hecho, a principios de este año incorporamos a 4 personas recién licenciadas y su adaptación está siendo inmejorable.

Somos conscientes de nuestras limitaciones actuales, pero estamos trabajando duro para conseguir nuestros objetivos.



Javier Martínez: “En el ámbito portuario, nuestro grupo cuenta con una experiencia de más de 110 años”



ENTREVISTA

JAVIER MARTÍNEZ
CORPORATE AND
SALES MANAGER DE
TOTALLOGISTIC

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Qué servicios específicos ofrece totallogistic dentro del ámbito portuario?

Totallogistic es un proveedor de servicios logísticos integrales que se enfoca en soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades individuales de cada cliente. Nuestros servicios incluyen planificación y ejecución de operaciones logísticas, aduanas, transporte y consultoría en comercio internacional.

En el ámbito portuario nuestro grupo cuenta con una experiencia de más de 110 años.

Como Consignataria de buques gestionamos la representación de armadores y operadores en puerto, coordinando todas las operaciones y servicios necesarios durante la escala de sus buques.

Como estibadora nos encargamos de las operaciones de carga y descarga de todo tipo de buques garantizando eficiencia y seguridad. Somos especialistas en la manipulación de todo tipo de cargamentos y para ello contamos con la experiencia y los equipos necesarios para ello.

Ofrecemos soluciones de almacenamiento flexibles y seguras en nuestras instalaciones adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente aportando servicios de valor añadido como el embalaje, etiquetado, paletizado y control de calidad entre muchos otros.

Facilitamos el transporte terrestre asegurando una conexión fluida con el resto de la cadena logística.

Nuestro equipo de expertos en aduanas se encarga de todos los trámites necesarios para la importación y exportación de mercancías, agilizando el proceso y evitando demoras.

¿Cómo ha evolucionado la actividad de totallogistic en los últimos años?

Totallogistic ha evolucionado con un marcado objetivo en la atención que brindamos a nuestros clientes y a su satisfacción, poniendo sus intereses en el centro de todo lo que hacemos. Para ello contamos con un experimentado y especializado equipo profesional que ofrece una atención dedicada y personalizada a cada cliente. Nuestro identificador de marca lo dice claro: “siempre contigo, así de fácil”.

Esta evolución se ha caracterizado porque hemos ampliado nuestra gama de servicios para cubrir todos los aspectos de la logística, ofreciendo soluciones integrales a nuestros clientes; hemos invertido en tecnología para optimizar nuestras operaciones y mejorar la eficiencia de la cadena de suministro; hemos fortalecido nuestro equipo humano con profesionales altamente capacitados y comprometidos; hemos implementado medidas para reducir nuestro impacto ambiental y promover prácticas sostenibles.

¿Cuáles son los valores en los que se basa totallogistic para el desempeño de su actividad?

La visión de nuestra empresa se basa en la integración de los aspectos económicos, sociales y ambientales de la sostenibilidad, centrándose en los valores representativos de nuestro compromiso: las personas, el trabajo en equipo, la orientación al cliente, la comunidad y la orientación a resultados.

En totallogistic nos guiamos por un conjunto de valores que definen nuestra cultura empresarial y nuestro compromiso: buscamos la excelencia en todo lo que hacemos, ofreciendo servicios de la más alta calidad que superen las expectativas de nuestros clientes; actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas nuestras relaciones comerciales garantizando que todas nuestras operaciones se realizan conforme



a las normativas aplicables; estamos comprometidos con el éxito de nuestros clientes trabajando en estrecha colaboración para alcanzar sus objetivos; fomentamos la innovación y la mejora continua para ofrecer soluciones creativas y eficientes.

¿Qué medidas toman para garantizar la seguridad y la eficiencia en sus operaciones?

En totallogistic la seguridad y la eficiencia son pilares fundamentales de nuestras operaciones. Para garantizarlas, implementamos las siguientes medidas: sistema de Gestión Integrado: contamos con certificaciones en calidad, medioambiente y seguridad y salud en el trabajo reconocidas por Bureau Veritas; digitalización de procesos: estamos desarrollando proyectos para digitalizar procedimientos aduaneros y logísticos, reduciendo errores y mejorando la eficiencia en la gestión documental; formación continua: nuestro equipo está altamente especializado y en constante

formación, lo que garantiza una respuesta eficiente y segura a las necesidades de nuestros clientes; protocolos de seguridad: Contamos con estrictos protocolos en todas nuestras instalaciones incluyendo el uso de epis, la capacitación del personal y la supervisión constante; tecnología: utilizamos tecnología de vanguardia para optimizar la gestión de la carga, el seguimiento de las mercancías y la comunicación con los clientes, lo que aumenta la eficiencia y reduce el riesgo de errores; mantenimiento preventivo: realizamos un mantenimiento preventivo regular de nuestros equipos e instalaciones para garantizar su correcto funcionamiento y evitar interrupciones en las operaciones.

¿Cómo ven el impacto del cambio climático en la actividad portuaria y logística, y qué están haciendo al respecto?

En totallogistic reconocemos la importancia de abordar el cambio climático en nuestras operaciones. Es por ello por lo que recientemente

hemos formalizado nuestra adhesión a la Estrategia Verde del Puerto de Algeciras lo que alinea nuestros proyectos tanto en materia ambiental como en los ejes relativos a la gobernanza y la dimensión social.

Somos conscientes del impacto del cambio climático en la actividad portuaria y la logística y estamos comprometidos con la reducción de nuestra huella ambiental. Hemos implementado medidas de eficiencia energética optimizando nuestros procesos para reducir el consumo de energía en nuestras operaciones utilizando equipos e instalaciones más eficientes, hemos invertido en energías renovables en nuestras instalaciones, promovemos el uso de medios de transporte más sostenibles, impulsamos la digitalización de nuestros procesos para reducir el uso de papel y optimizar la gestión de la información y realizamos campañas de sensibilización entre nuestro equipo.

¿Cuál es su visión sobre el futuro de la logística portuaria y su contribución al comercio internacional?

El futuro de la logística portuaria estará marcado por la digitalización, la sostenibilidad y la resiliencia operativa. Su contribución al comercio internacional será clave para garantizar cadenas de suministro más eficientes, seguras y sostenibles. Para ello será importante centrar esfuerzos en las siguientes tendencias: digitalización y automatización: implementación de tecnologías como la inteligencia artificial, Internet de las Cosas y Blockchain que permitirá una mayor trazabilidad y eficiencia en las operaciones portuarias; sostenibilidad y transición ecológica: los puertos deberán alinearse con normativas medioambientales más estrictas, apostando por energías renovables, electrificación de equipos y combustibles alternativos.

La descarbonización del transporte marítimo y la logística portuaria será un requisito para mantener la competitividad en el comercio global; resiliencia y diversificación: la pandemia y las tensiones geopolíticas han evidenciado la necesidad de contar con cadenas de suministro más resilientes. Se deben potenciar estrategias como la regionalización de suministros y el uso de rutas alternativas para mitigar riesgos logísticos; intermodalidad y conectividad: la integración de los puertos con otros modos de transporte como el ferrocarril será esencial para agilizar la distribución de mercancías. El desarrollo de corredores logísticos eficientes permitirá reducir costos y tiempos en el comercio internacional.

Desde nuestro punto de vista el desafío es adaptarse a estos cambios con inversiones en tecnología, infraestructura y formación del talento humano, garantizando un servicio ágil y competitivo para los clientes.





ENTREVISTA

DIEGO GUARDAMINO
DIRECTOR GENERAL DE HAFESA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Sin duda alguna, Grupo Hafesa se posiciona como un partner de referencia en el sector de los hidrocarburos. En un mercado en constante evolución, ¿cómo define la empresa su estrategia para mantener y fortalecer esta posición de liderazgo a largo plazo?

Hafesa es una compañía multi-energética y esa es la palabra clave para posicionarnos y consolidarnos como compañía. Nuestra misión es ser capaces de suministrar a nuestros clientes el tipo de energía que necesiten en cada momento, ahora y en el futuro.

Hablamos además de un sector donde la transición energética plantea numerosos desafíos, ¿cómo están adaptando el modelo de negocio y explorando posibles diversificaciones hacia fuentes de energía más sostenibles?

Estamos muy expectantes. Es cierto que todos los acontecimientos geopolíticos que estamos viendo son de especial relevancia. Había una apuesta clara por la transición al vehículo 100% eléctrico, pero con la vuelta de Trump y con los resultados de ventas de vehículos europeos (especialmente los alemanes) que se están viendo muy resentidos con las matriculaciones de vehículos chinos, veremos qué nos depara el futuro...

Nosotros siempre hemos apostado por una transición suave, en la que los combustibles fósiles tienen cabida durante un periodo más amplio de tiempo.

Es verdad que hoy en día todos los vehículos son mucho más eficientes y el nivel de emisiones CO2 que emiten es mucho más reducido. Hay que tener en cuenta que las estaciones de servicio a las que suministramos están muy enfocadas en el sector transporte, donde la mayoría de los vehículos todavía son de combustión. Es cierto que empiezan a verse vehículos de propulsión eléctrica en dicho sector, pero todavía no en los vehículos más pesados, sino en las furgonetas de reparto que suelen circular por la ciudad.

En Hafesa creemos mucho en el papel que juegan los biocombustibles, un producto, procedente de aceites usados, que se mezcla con los combustibles fósiles y reduce las emisiones de CO2.

Diego Guardamino: “Nos mantenemos cerca de nuestros clientes y atentos al mercado”



Es decir que, de alguna manera, están expectantes de ver cómo evoluciona el mercado y cuál va a ser la tendencia, porque la situación geopolítica, como bien comentas, no se sabe hacia dónde va a girar, ¿no?

Totalmente. En estos tiempos de cambios y tal y como está el panorama geopolítico, nos centramos en mantenernos cerca de nuestros clientes y muy atentos a lo que pase en el mercado, ya que nuestro objetivo principal y lo que nos define es ser capaces de suministrar la energía que demanden nuestros clientes.

Nosotros somos una compañía de *trading*, nos dedicamos a la compraventa, y nuestros suministradores también suministran otras fuentes de energía. Por eso debemos estar

muy atentos y muy cerca de nuestros clientes, para ser capaces de atender con éxito sus necesidades energéticas.

Bajo su perspectiva y experiencia dentro del sector, ¿cuál cree que va a ser la tendencia?

Nuestra apuesta es clara, nosotros, además de apostar por el área de *trading*, apostamos por capacidad de almacenamiento, ya que es algo que nos hace diferentes. Somos una compañía de *trading* que tiene un título de operador en España y cinco terminales propias dedicadas al almacenamiento de combustibles. Nues-



tras terminales están ubicadas en el puerto de Motril, en el de Bilbao y el de Gijón. Además, estamos construyendo una terminal en Ferrol y estamos a punto de abrir una en Ocaña. Todas ellas se dedican al almacenamiento de diésel, gasolina 95 y biocombustibles. La apuesta es clara y creemos que tenemos combustibles fósiles para rato, aunque, como te comentaba, permanecemos muy atentos a cualquier novedad o necesidades que puedan tener nuestros clientes para estar preparados y ser capaces de atenderlas.

Por otra parte, en un sector donde, sin duda alguna, la seguridad es primordial. ¿Qué tecnologías se están implementando para la monitorización y prevención de riesgos en las instalaciones y durante el transporte?

El principal riesgo actualmente es cibernético, te puede llegar por equipos informáticos, y en ese aspecto, tenemos un equipo especializado de IT y todos los cortafuegos necesarios para protegernos de los famosos ciberataques y que nuestras terminales de servicio no dejen de operar y no puedan ser intervenidas ni manipuladas, de forma que puedan operar con total normalidad en todo momento.

Asimismo, centrándonos un poco en el capital humano de Hafesa, ¿cómo se aseguran de atraer y retener talento en un mercado laboral tan competitivo, donde cada vez es más difícil encontrar a profesionales cualificados?

Las empresas, sin personas, no podrían avanzar. Es por ello que consideramos es muy importante ponerlas en el centro. Gracias a todas las personas que forman el equipo de Hafesa estamos consiguiendo superar cada reto que nos proponemos. Es cierto que hay mucha competitividad y que el talento joven es selectivo, pero nosotros, por suerte y gracias a nuestra personalidad, naturaleza y a lo que queremos ser, hemos sabido captar, atraer y retener el talento.

Para concluir, poniendo un el foco en esto último que ha comentado, en lo que quieren ser, ¿cuál va a ser la hoja de ruta de cara al futuro?, ¿cuáles van a ser las líneas estratégicas a seguir de cara a los próximos años?

Nosotros queremos seguir consolidándonos como una compañía española de *trading*, pero con mucha vocación internacional. Vamos a tener presencia en Portugal, Francia y norte de África en un futuro muy cercano.

Queremos seguir consolidándonos como un operador de referencia en el sur de Europa en capacidad de almacenamiento, y estamos desarrollando nuestra red de estaciones de servicio. Nos hemos marcado el objetivo de llegar a 80 estaciones de servicio para el año 2029, es decir, en los próximos 4 años.

Además, acabamos de lanzar nuestra comercializadora de electricidad, Aletteo, y también tenemos encima de la mesa el objetivo de comenzar a suministrar gas, reforzando nuestra apuesta como empresa multienergética.



El número de trabajadoras en la Autoridad Portuaria de Almería crece desde 2022 un 238%

La Autoridad Portuaria de Almería (APA) cree en la igualdad y los hechos lo avalan, tal y como refleja la campaña que ha difundido en redes sociales con motivo del Día Internacional de la Mujer. De este modo, desde 2022 el número de mujeres trabajadoras de la APA ha crecido un 238%, las mujeres representan ya el 43% del Comité de Dirección y ocupan el 60% de los puestos de responsables, un 600% más, además, el 68% de la plantilla depende de la jefa de Área de Explotación y Desarrollo.

Rosario Soto, una de las cinco presidentas de las 28 autoridades portuarias del sistema nacional, destaca el compromiso de la entidad por un entorno de trabajo igualitario donde se valoren los méritos y la capacidad. “Nada más llegar a la presidencia aprobamos el I Plan de Igualdad, disponemos también de un protocolo frente al acoso sexual y por razón de género, hemos avanzado mucho en estos dos últimos

años y seguimos trabajando en la APA, que pertenece también a la Red Andaluza de Entidades Conciliadoras”.

Plan de Igualdad y Protocolo frente al Acoso

La Autoridad Portuaria de Almería dispone desde diciembre de 2022 de un plan propio en materia de igualdad. En el documento se definen objetivos y medidas para

▶ Las mujeres ocupan el 60% de los puestos de responsables y el 68% de la plantilla depende de la jefa de Área de Explotación y Desarrollo

▶ La APA ponen en valor su compromiso con la igualdad a través de una campaña en redes sociales con motivo del Día Internacional de la Mujer

eliminar cualquier tipo de discriminación por razón de sexo, con el fin de alcanzar la igualdad plena de oportunidades entre hombres y mujeres. Entre los objetivos está el promover la presencia equili-

brada de ambos sexos en todas las áreas profesionales y garantizar la igualdad efectiva en el acceso al empleo, promover acciones de sensibilización, garantizar que la promoción del personal se ajuste

a criterios de igualdad, facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, proporcionar un entorno libre de acoso sexual y promover el uso del lenguaje no sexista. La Comisión de Igualdad, en la que está representada la APA y la parte social, vela por el cumplimiento y desarrollo del plan con vigencia hasta 2026.

También posee un protocolo frente al acoso sexual y por razón de género y de un equipo de atención sobre la materia, capacitado para prevenir y erradicar conductas contrarias a la dignidad y valores de las personas.



José Manuel Cortijo: “Palfinger siempre está atento al mercado y a las posibilidades de crecimiento”



ENTREVISTA

JOSÉ MANUEL CORTIJO
SERVICE/SALES MANAGER
PALFINGER MARINE SPAIN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cuáles son las líneas de negocio de Palfinger?

Principalmente, el grupo Palfinger tiene varias líneas de negocio, una de ellas son las grúas terrestres, las cuales en España la central está en Madrid y se encarga del ensamblaje y montaje de grúas en camiones y todo lo relacionado con lo terrestre. En Cádiz nos dedicamos a la parte marítima, esta parte engloba inspección y mantenimiento de grúas marítimas y también la inspección de botes salvavidas y pescantes. Dentro del grupo Palfinger tenemos diferentes marcas que desde 1928 representamos. La oficina de Cádiz es la encargada del contacto con el cliente y de resolver los servicios que requieran.

¿Cómo adaptan sus soluciones a las necesidades específicas de los diferentes tipos de embarcaciones y a su vez las necesidades de cada cliente?

Con los clientes tenemos muy buena relación, conocemos sus necesidades, aunque contamos con una parte estándar, vemos los tipos de equipos que tienen, centrados en Cádiz en botes, pescantes y grúas marítimas y lo que hacemos es analizar el tipo de producto y servicio o reparación que requieren, lo diversificamos en un área u otra, si hay un requerimiento de piezas, una petición original, sin haber requerido ningún servicio más, va al equipo de piezas.

Normalmente cuando tenemos el requerimiento del cliente, analizamos los equipos, evaluamos qué tipo de trabajo hay que hacer y a partir de ahí, lo redirigimos a la zona correspondiente, analizamos los costes, qué tipo de piezas hay que buscar, qué tipo de autorización se necesita, qué tipo de técnicos vamos a necesitar, dependiendo del tipo de trabajo, realizamos un análisis exhaustivo del plan y se ejecuta el plan.

Imagino que en este sentido es muy importante la disponibilidad y el suministro rápido de piezas de repuesto para hacer equipos.

Exacto, nuestra principal zona de almacenaje está en Holanda, gracias a esta ubicación estratégica dentro de Europa, solemos tener una respuesta bastante rápida de piezas que tenemos en stock en nuestro *hub*, en dos o tres días solemos tener la pieza a bordo, aun así tenemos muchos clientes los cuales de un año para otro suelen tener algún tipo de estocaje que nosotros le aconsejamos, dependiendo del tipo de equipo que tienen a bordo, ya tienen preparado en su barco las piezas que van a necesitar como, por ejemplo, frenos o cables.

En esta misma línea, ¿qué tipo de garantías ofrecen para las piezas de repuesto y los servicios de reparaciones?

Hablamos de equipos que nosotros representamos como fabricantes, son piezas originales, con sus certificados, sin duda, tienen su garantía. Además, a nosotros la mayoría de los clientes nos compran las

piezas y nos contratan para el servicio de instalación y reparación, aunque si un cliente nos compra solo la pieza, en ese caso, no nos hacemos responsables del servicio de instalación, pero sí de la entrega de las piezas originales.

¿Qué balance hacen del que hace del sector? ¿Está siendo positivo el año 2025? ¿Qué no puedes decir respecto al sector?

Es un sector, desde el punto de vista de nuestra experiencia, que marca la economía y se anticipa a las previsiones. Ahora mismo, en general, hemos tenido un año bueno, se espera que el año 2025 sea un año de transición, en el que los números se mantengan, no con altas expectativas, y a partir del 2026 creemos que habrá un incremento de servicios y requerimientos, aun así, suele ser un mercado muy estable, no suele tener cambios muy bruscos, aunque sí años mejores que otros. Desde la pandemia hemos tenido años de crecimiento, aunque si vemos ahora un pequeño periodo de estabilidad, sin tanto crecimiento.

¿En qué trabajará Palfinger en este 2025? ¿Cuál va a ser la hoja de ruta a seguir? ¿Tienen alguna línea de trabajo prioritaria o algún proyecto que le gustaría comentarnos?

Estamos en contacto siempre con las líneas de ventas de equipos nuevos, contamos con la línea de cargueros, *offshore* y cruceros, estamos creciendo en esas líneas, junto con la oficina de Italia.

Siempre escuchamos a nuestros clientes, posicionamos siempre a clientes que tienen paradas para hacer reparaciones en los próximos tres años, sobre esas líneas solemos planificar los próximos años, así podemos organizar el tema de piezas, la disponibilidad de técnicos, que es muy importante trabajarla con anticipación.

Estamos trabajando para abrir una pequeña oficina en Las Palmas para el tema de grúas marítimas e inspección de botes salvavidas, lo mismo que ya hacemos, pero con una oficina física y personal local allí, teniendo en cuenta que desde el norte de Europa a África pasan muchos barcos por allí, es un punto estratégico que debemos trabajar para tener un posicionamiento allí en el puerto de aquí a un año.

Es decir, que los planes de futuro son muy ambiciosos y muestran una expansión del grupo.

Sí, Palfinger siempre está atento al mercado y a las posibilidades de crecimiento, yo me dedico a la parte marítima, es donde tengo experiencia, representando a la empresa en España y Portugal, pero es un grupo que siempre está en alerta a nivel de expansión, de posibilidad de cooperar con grupos locales para dar mejores servicios a los clientes y siempre trabajan en esa línea. Dar paquetes de respuesta a los clientes y soluciones lo más rápido y eficaz posible.

En este sector la rapidez es esencial.

Por supuesto, los barcos quieren las soluciones para ayer y es muy importante la cooperación y colaboración, tanto con los puertos locales, como con agentes, armadores y, por supuesto, con astilleros. En ese aspecto intentamos trabajar con la máxima rapidez posible.





Javier Bernardos: “Para Algemeoring la seguridad es lo principal”

ENTREVISTA

JAVIER BERNARDOS
DIRECTOR ALGECIRAS
MOORING SERVICES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuándo nació Algemeoring? ¿Qué motivó su creación?

Algemeoring nació en 2015, en agosto de este año cumplimos nuestro décimo aniversario.

El servicio de amarre y desamarres de buques del Puerto Algeciras estaba limitado a una única empresa durante años, Puertos del Estado liberalizó el sector, publicó un pliego con las condiciones que se debían cumplir y como los socios de la empresa trabajábamos en el sector marítimo, vimos una buena oportunidad para entrar y empezar. Teníamos los contactos, los futuros clientes y se dieron todas las condiciones para que nosotros nos lanzáramos a solicitar la licencia de amarres.

¿Qué puede contarnos acerca del Puerto de Algeciras? ¿Por qué decidisteis llevar a cabo la actividad de la empresa allí?

Algeciras es uno de los principales puertos de Europa, tanto del paso de barcos por el Estrecho, como por ubicación de este a oeste y de norte a sur del planeta, ya que son servicios pendulares. Muchos barcos pasan por el Estrecho de Gibraltar y un 80% para en el Puerto de Algeciras, bien sea para de abastecimiento, suministros, reparaciones y contenedores. También contamos con servicio de ferry

con Ceuta y Tánger, por lo tanto el volumen es barcos que acaban atracando aquí es muy grande. Nos encontramos en un punto geográfico estratégico, lo que hace que tengamos un gran flujo y mucho movimiento.

Veníamos de una consignataria, por lo que sabíamos la cantidad de tráfico y el potencial que tiene esta zona.

¿Cuáles han sido los principales desafíos o retos que han encontrado a lo largo de estos 10 años dentro del sector?

Podemos decir el que principal reto fue afianzarnos en el sector entre tantas empresas, el que nuestros clientes diesen el paso y confiar en nosotros, además contamos con una competencia muy buena que cuenta con grandes profesionales y que realizan sus actividades de una manera impecable.

Por lo tanto, los clientes se decantaron por nuestros servicios por

la afinidad personal con nosotros.

Durante estos 10 años hemos crecido, hemos duplicado el personal, ahora mismo contamos con 25 amarradores fijos, más unos 10 o 12 eventuales para las épocas en las que tenemos más actividad.

“Nos encontramos en un punto geográfico estratégico”

No es fácil encontrar trabajadores en el sector de los amarres, siempre buscamos a gente con experiencia, ya que requiere una



formación, aunque nosotros también formamos a nuestros trabajadores, tenemos profesionales que se han formado completamente con nosotros.

¿Qué servicios específicos ofrecéis actualmente?

Amarre y desamarre de buques principalmente, hay muchas operaciones especiales, de plataformas y de buques que vienen sin tripulación, por lo que tienen que subir nuestros trabajadores a bordo, preparar los cabos para que cuando llegue a tierra estén listos y nuestros compañeros puedan realizar el amarre, cuando hay un servicio ship to ship, es cuando dos barcos se aproximan para pasar la carga de uno a otro, por lo que tienen que amarrarse uno a otro. Influyen muchos factores, como por ejemplo la climatología.

En todas estos servicios que comenta, las personas involucradas deben tener la formación adecuada y cumplir con las medidas de seguridad oportunas. ¿Cómo controlan estas normas de seguridad y cuánto de importante es para Algemeoring?

Para Algemeoring la seguridad es lo principal, ya que trabajamos con personas. Estamos en el Puerto de Algeciras, pero el Puerto se divide en diferentes terminales, de contenedores, de hidrocarburos, etc. Allá donde accedan nuestros trabajadores tienen también que cumplir unas normas de seguridad, en cada lugar en el que se encuentren, por ejemplo, con epis homologados, chalecos reflectantes, walkie-talkies deben ser un modelo específico que no suelta chispas en caso de fallo, calzado adecuado, etc. Muchas normas de seguridad que cumplimos al 100%, ya que es parte fundamental de nuestro trabajo.

¿Cómo se adaptan a las nuevas tecnologías y a las regulaciones en el sector naval y portuario?

En realidad es algo que no nos afecta mucho, ya que gran parte de nuestro trabajo es manual y tratamos mucho con personas, son métodos bastante tradicionales, pues cogemos el cabo y lo amarramos al noray, como se ha hecho a lo largo de la historia, no trabajamos con máquinas. Se ha implementado el método para reducir el esfuerzo físico con el uso de vehículos 4x4 para que el personal no tenga que soportar esa carga, pero el amarrar el cabo al noray se hace manualmente los trabajadores.

¿Cuáles son los planes futuros de Algemeoring? ¿Puede comentarnos algún proyecto o novedad?

Nuestra intención es seguir creciendo, sabemos que es un sector complicado. Actualmente hay en el Puerto de Algeciras muchas licencias, entre las terminales privadas y la pública, por lo que queremos afianzarnos y crecer poco a poco, siempre confiando en nuestro trabajo y tratar de expandirnos en otros puntos.





ENTREVISTA

ÁLVARO GARCÍA DE POLAVIEJA
DIRECTOR CENÁUTICA SEVILLA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La historia de Cenáutica comenzó en 1981, ¿qué nos podría destacar de su trayectoria y cómo evolucionado hasta el día de hoy?

Es una empresa familiar que empieza en el año 81. Su actividad principal inicialmente era la formación de navegantes y así ha continuado siendo a lo largo de los años.

A lo largo de su larga trayectoria han pasado muchas cosas, desde crisis, evolución, muchos cambios de normativas, según ha ido evolucionando la formación náutica en España y, sobre todo, ha habido mucha innovación, desde los años 80 donde todo era presencial y en papel, hasta hoy en día donde la tecnología es fundamental para nosotros, hay mucha formación online desde hace muchos años. Cenáutica es una empresa que ha ido adaptándose a los nuevos tiempos.

¿Qué servicios específicos ofrece la escuela y qué tipo de clientes se dirige?

La principal actividad de la escuela es la formación de navegantes para navegaciones

de recreo, es decir, obtenciones de titulaciones náuticas que adquieren los particulares para navegar en su propio barco o bien para barcos que quieren alquilar.

Desde el año pasado Cenáutica está homologada para hacer cursos para profesionales del mar, para gente que trabaja en pesca, cruceros, barcos mercantes o barcos de pasaje, que tienen que hacer unas formaciones obligatorias de un estándar internacional, STCW, para poder trabajar con seguridad en el mar.

¿Cuál es la importancia de la formación náutica en el contexto actual? ¿Cómo se adaptan a las nuevas demandas del sector?

La formación es fundamental en el mar, ya que es un medio hostil para las personas, en el sentido de que estamos en un entorno en el que la seguridad es muy importante, porque muchas veces estamos muy lejos para poder recibir ayuda o asistencia. Es imprescindible, especialmente en navegación de recreo, primero tenerlos conceptos y habilidades básicas y necesarias para evitar accidentes, como solemos decir a todos nuestros estudiantes, la náutica de recreo, es eso, recreo, y si esa premisa no va dentro de lo que es practicar la navegación, no hay que salir, hay que quedarse en el puerto. Por ejemplo, en estos días que hay tanto temporal, es una de las enseñanzas básicas, pero que a veces hay que recalcarla y concienciar mucho.

Es fundamental estar preparados para



Álvaro García de Polavieja: “Cenáutica pretende seguir liderando la formación náutica de recreo online”

cualquier incidencia que pueda surgir, ya sea en nuestra embarcación, tanto como para poder asistir a otra embarcación que esté cerca de nuestro entorno y que en un momento dado necesite ayuda, y es algo que inculcamos a los alumnos desde nuestros inicios, la solidaridad que caracteriza a la gente del mar, es un valor fundamental.

En cuanto a la evolución de las tecnologías, cuentan con tres sedes en España, pero como ha comentado, su formación puede realizarse a distancia. ¿Qué papel juega la tecnología para Cenáutica?

La tecnología para Cenáutica es fundamental, en la actualidad la empresa no tiene nada que ver con sus inicios, lo que ha conseguido hoy la tecnología está en el centro de todos los procesos, no solo en la formación, sino también con todas las herramientas que ofrecemos para que nuestro alumnado se forme a distancia y también en el trabajo de todas las personas del equipo.

Cenáutica siempre ha intentado ir a la vanguardia de su sector, fue la primera empresa que montó una plataforma de e-learning de náutica en español, incluso hacíamos cursos por videoconferencia cuando todavía no existía ni la fibra óptica las casas.

El cliente siempre nos ha valorado muy bien, ya que hay muchos de ellos que viven lejos de una escuela náutica, viven en el extranjero o porque sus agendas le impiden asistir de manera presencial, agradecen mucho que puedan hacer estos cursos online.

“La tecnología para Cenáutica es fundamental”

Para concluir, ¿qué puede comentar-nos de los planes de futuros de Cenáutica y qué objetivos se han marcado a corto y largo plazo?

Cenáutica pretende seguir liderando la formación náutica de recreo online. Para los próximos años tiene unas expectativas ambiciosas, en el sentido de que España como país líder mundial de receptor del turismo, tanto las administraciones como el sector náutico, están trabajando de la mano para potenciar el turismo náutico en nuestro país.

Cenáutica pretende participar en esta potenciación para aprovechar ese nicho que tenemos en turismo a nivel internacional para que gente de todo el mundo venga a aprender a navegar a España.

Para los próximos años haremos una fuerte apuesta por la internacionalización, no queremos quedarnos solo con nuestra actividad en España, sino que todos los navegantes del mundo vengan a descubrir nuestro país y, además, lo hagan aprendiendo a navegar aquí.





Moeve y Exolum invierten cerca de 300 millones en nuevas infraestructuras del puerto de Huelva para impulsar la transición energética

Moeve, Exolum y la Autoridad Portuaria de Huelva han presentado hoy en el Puerto de Huelva las nuevas infraestructuras de carga y descarga, actualmente en construcción, con las que se mejorarán las capacidades operativas y se dará servicio a la nueva planta de biocombustibles 2G que Moeve y su socio construyen en el Parque Energético La Rábida de Palos de la Frontera. Los proyectos, denominados 'Muelle Sur' y 'Poliducto', representan una inversión de 299 millones de euros y suponen un avance significativo en el compromiso de las compañías con la eficiencia y un paso real más en el proceso de transformación para liderar las energías sostenibles basadas en moléculas verdes.

En el proyecto Muelle Sur, Moeve y Exolum han comenzado la construcción de un nuevo terminal para productos energéticos en el Puerto Exterior de Huelva. Este proyecto incluye la creación de un nuevo muelle de atraque, con una longitud de 511 metros que permitirá modernizar la infraestructura logística del Parque Energético La Rábida, optimizando las operaciones de carga y descarga de buques.

El proyecto Muelle Sur permitirá realizar operaciones combinadas de carga y descarga de materias primas y productos, conectando las instalaciones de Moeve y Exolum mediante nuevas líneas de transporte. Estas líneas se extenderán desde el muelle hasta el Parque Energético La Rábida y la Instalación de Almacenamiento de Exolum en Huelva. Muelle Sur será una instalación clave para la estrategia de descarbonización de Moeve, actuando como uno de los puntos de entrada de materias primas y salida de productos del complejo de producción de biocombustibles de segunda generación que la compañía ya construye en Palos de la Frontera.

El proyecto "Poliducto" sustituye todo el sistema de tuberías que conecta las instalaciones industriales del Parque Energético y de EXOLUM con el Muelle Torre Arenillas por líneas nuevas y de mayor capacidad, además de mejorar las instalaciones del muelle y mejorar notablemente la seguridad de las operaciones. Este nuevo sistema, de aproximadamente 5 km de longitud, permitirá una mayor

► Presentan la construcción de nuevas infraestructuras de carga y descarga que conectarán con la nueva planta de biocombustibles 2G, que conformará el mayor complejo de biocombustibles 2G de sur de Europa



flexibilidad operativa y versatilidad en las instalaciones existentes, reforzando el compromiso de Moeve con la eficiencia y la innovación. Estas nuevas instalaciones mejorarán notablemente la seguridad de las operaciones, ya que reemplazan a otras existentes y mejora la instalación en el muelle, permitiendo operaciones de carga y descarga de buques más sencillas y seguras.

Con estas inversiones, Moeve, Exolum y la Autoridad Portuaria de Huelva reafirman su compromiso con el desarrollo económico y la mejora de infraestructuras en Huelva. Moeve continúa apostando por la sostenibilidad y la innovación en su estrategia empresarial, que tiene uno de los pilares fundamentales en las alianzas con otras empresas y administraciones.

La alcaldesa de Palos de la Frontera, Milagros Romero y el presidente del Puerto de Huelva, Alberto Santana han atendido a los medios junto a representantes de las empresas y al vicepresidente de industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía, Cristóbal Sánchez. Además, a la presentación, a parte de los intervinientes, han asistido el presidente de la Diputación de Huelva, David Toscano, la delegada territorial de economía e industria, Lucía Núñez y el delegado del Gobierno Junta de Andalucía, José Correa, a parte de los presidentes de AIQBE y cámara de comercio, y representantes del ayuntamiento de Huelva.

Para Antonio Joyanes, director de Energy Parks de Moeve, "la modernización de nuestras instalaciones existentes es un paso fundamental a la hora de desarrollar nuestros proyectos estratégicos que

ya están en marcha. El talento del equipo humano del Parque Energético La Rábida está siendo clave para afrontar este proceso de transformación con éxito".

José Manuel Martínez, director de Tecnología, Proyectos y Servicios de Moeve, destacó la importancia de estos proyectos para la estrategia de la compañía: "Las nuevas infraestructuras en el Puerto de Huelva son pasos cruciales en nuestra misión de mejorar la eficiencia operativa y avanzar en nuestra estrategia de descarbonización. Estas inversiones no solo mejorarán nuestras capacidades de carga y descarga, sino que también reforzarán el desarrollo y la producción de biocombustibles de segunda generación".

El presidente del Puerto de Huelva, Alberto Santana, ha asegurado que el puerto onubense "como clúster energético e industrial ha apostado, como recoge su Plan Estratégico, por liderar la transición energética y la descarbonización portuaria de su entorno. Para conseguir este objetivo, apoyamos los proyectos orientados hacia la producción de energías sostenibles que llevan a cabo las empresas de la comunidad portuaria, como la iniciativa conjunta que hoy ponen en marcha Moeve y Exolum, avalada por una inversión significativa, que contribuirá a modernizar sus infraestructuras, mejorará la operativa portuaria y generará empleo".

Para Exolum, líder logístico en combustibles líquidos en España, se trata de un paso importante en la estrategia de adaptación de las infraestructuras en soporte de la transición energética en España. Según Jorge Guillén, director de la Unidad

de Negocio de España y Aviación de Exolum, "estamos muy satisfechos de colaborar con Moeve, ofreciéndole las infraestructuras necesarias, para descongestionar el Puerto de Huelva y dar cabida a los nuevos tráficados verdes. Nuestra instalación, junto con las inversiones en Muelle Sur y Poliducto, nos coloca en una posición privilegiada para ofrecer soluciones eficientes a los flujos logísticos de graneles en Huelva. Esta ubicación tiene una gran proyección futura como hub verde, y estamos comprometidos a liderar este proceso de transformación hacia la sostenibilidad."

Por su parte, el vicepresidente de Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía, Cristóbal Sánchez, ha subrayado que "los proyectos presentados hoy se encuentran alineados con la política industrial del Gobierno andaluz, muy centrada en respaldar actuaciones que ayuden a la industria andaluza a avanzar en el proceso de descarbonización y transición energética". En esta línea, Sánchez ha incidido en la puesta a disposición del tejido industrial de instrumentos de agilización como la Unidad Aceleradora de Proyectos (UAP), que está agilizando la tramitación de las instalaciones industriales de Moeve y Exolum para la carga de biocombustible en el Puerto de Huelva, así como otros proyectos estratégicos para la provincia como la nueva planta de biocombustibles que construye Moeve en Palos.

Hace un año se colocó la primera piedra de la planta de biocombustibles 2G en Huelva, a la que darán servicio una parte importante de los proyectos que se han presen-

tado hoy. Esta nueva planta representa una inversión de más de 1.000 millones de euros y aumentará la capacidad de producción de biocombustibles de Moeve y Bio-oils, alcanzando 1,6 millones de toneladas anuales. Se espera que la planta comience a operar en 2026, consolidando a Moeve y sus socios como líderes en la transición hacia energías sostenibles.

Moeve es una compañía internacional, formada por más de 11.000 empleados, comprometida con la energía y la movilidad sostenibles, cuya ambición es ser uno de los motores de la transición energética en Europa y acelerar su descarbonización y la de sus clientes.

Tras más de 90 años siendo un referente del sector energético como Cepsa, en octubre de 2024 lanzó su nueva marca, Moeve, que refleja la aceleración de su transformación para liderar la producción de energías sostenibles basadas en moléculas verdes, como hidrógeno verde y biocombustibles de segunda generación, y la producción de productos químicos sostenibles. Asimismo, la compañía está desarrollando una amplia red de carga eléctrica ultrarrápida en España y Portugal para impulsar la movilidad sostenible.

A través de su plan estratégico para 2030, Positive Motion, Moeve trabaja para transformar la movilidad y la energía para mejorar el mundo, garantizando el suministro energético de hoy, pero centrada en facilitar la energía sostenible del futuro.

Exolum es la compañía líder en logística de productos líquidos de Europa y una de las principales del mundo. Su principal actividad es el transporte y almacenamiento de una amplia gama de graneles líquidos, especialmente productos refinados, químicos y biocombustibles, de forma sostenible y eficiente. Además, opera en nuevos sectores, como los eco-carburantes, la economía circular o el desarrollo de nuevos vectores energéticos.

Exolum cuenta con más de 2.000 profesionales y opera en once países (España, Reino Unido, Irlanda, Alemania, Países Bajos, Portugal, Francia, Panamá, Ecuador, Perú y Estados Unidos), gestionando una red de oleoductos de más de 6.000 kilómetros, 69 terminales de almacenamiento y 47 instalaciones aeroportuarias, con una capacidad total de almacenamiento de más de 11 millones de metros cúbicos.



María Jesús Llorent: “Nos diferenciamos por la rapidez de respuesta y la calidad de trabajo, avalada por nuestra experiencia en el sector”

ENTREVISTA

MARÍA JESÚS LLORENT
JEFA DE OFICINA DE
CROSSCOMAR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Crosscomar destaca por sus reparaciones navales a nivel internacional. En un mercado tan competitivo, ¿qué les diferencia de otras empresas?

Lo que más nos diferencia, fundamentalmente, es la rapidez de respuesta.

Sin duda alguna, operan en un sector donde la rapidez y la eficiencia son cruciales, ¿verdad?

Efectivamente, en este sector la rapidez es importante, pero siempre unido a la calidad del trabajo. La experiencia de Crosscomar en el sector también es fundamental para ofrecer un servicio de calidad.

Concretamente, ¿qué servicios realizan?

Realizamos todo tipo de servicios de trabajo en acero; trabajos de mecánica, motores, trabajos de hidráulica, montaje de anclas y cadenas, trabajos de electricidad o electrónica, pruebas de carga, etc. Además, hacemos limpieza de tanques y alineaciones de láser, entre otros.

Podríamos decir que abarcamos casi todos los servicios que pueda requerir la reparación de un buque.

Concretamente, ¿cuáles son los tipos de buques con los que más trabajan?

Generalmente, trabajamos con todo tipo de buques mercantes,

portacontenedores, petroleros, químicos, cargueros... aunque también hacemos algunas veces servicios a cruceros o yates.

Además, cabe mencionar que se encuentran en el puerto de Algeciras, que sin duda

alguna es un punto estratégico para el tráfico marítimo, e imagino que esta ubicación influye en vuestra capacidad también para atender a clientes internacionales y responder a determinadas emergencias, ¿no?

Efectivamente, Algeciras es una ubicación estratégica, es uno de los puertos más importantes de Europa y atendemos principalmente en esta zona. También atendemos en otros puertos de la península como son los puertos de Andalucía, Valencia, Barcelona Norte, Bilbao y Galicia, pero si así el armador lo solicita, movilizamos nuestro equipo al país que sea necesario y en travesía también.

Asimismo, me gustaría preguntarle también por las

certificaciones, si poseen algún tipo de certificación y, también, ¿cómo se aseguran de que vuestro personal esté debidamente cualificado?

Contamos con las certificaciones ISO 9001, 14001, 4500. Por otro lado, todos nuestros soldadores están perfectamente homologados y formados para este trabajo.

¿En qué momento se encuentra el sector? ¿Está en un buen momento?

Podríamos decir que este sector es cambiante, tiene muchos altibajos, ya que no podemos saber cuándo pueden surgir averías, debemos estar siempre preparado para dar la respuesta más eficaz, tanto por rapidez como por resolución del problema.

A veces, cuando menos te lo esperas te encuentras con una avería grandísima, es algo muy variable. También es cierto que hay años que son buenos porque el nivel de trabajo ha sido grandísimo y te cubre las flaquezas que puedan aparecer en años posteriores, hay que equilibrarse y mantenerse a flote.

¿Y cuentan con planes de expansión o nuevos servicios para el futuro cercano?

Ahora mismo estamos intentando empezar a operar en Gibraltar, y es en lo que estamos concentrando nuestros esfuerzos en estos momentos. No hay previsión de abrir otras oficinas o expandirnos a otros ámbitos.





Juan D. Bautista de Cózar: “GEODIS se posiciona como un socio logístico integral que aporta soluciones eficientes”



ENTREVISTA

JUAN D. BAUTISTA DE CÓZAR
SOUTH REGION SALES MANAGER
GEODIS SPAIN FF

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Podría describir brevemente el papel de GEODIS en el ámbito portuario y su presencia en puertos?

En GEODIS desempeñamos un papel fundamental en el ámbito portuario, ofreciendo una amplia gama de servicios logísticos que facilitan el movimiento de mercancías a través de los diferentes puertos con los que operamos alrededor del mundo.

Por ello, podemos decir que para nosotros los puertos son uno de nuestros socios de crecimiento, desempeñando un rol crucial en nuestra capacidad para proporcionar soluciones logísticas integrales y eficientes.

¿Cuáles son los principales servicios que ofrecen en relación con las operaciones portuarias?

Ofrecemos de una amplia gama de servicios relacionados con las operaciones portuarias, diseñados para optimizar y facilitar el movimiento de mercancías a través de los puertos.

Entre nuestros servicios se incluyen transporte marítimo, transporte multimodal, despachos aduaneros, herramientas digitales y consultoría, respaldados por el asesoramiento experto de nuestro equipo. Estos servicios nos vinculan estrechamente tanto puertos nacionales como internacionales.

¿Cómo se integra GEODIS en la cadena logística portuaria y qué valor añadido aporta a sus clientes?



GEODIS se posiciona como un socio logístico integral que aporta soluciones eficientes, innovadoras y sostenibles, añadiendo un valor significativo a la cadena logística portuaria de sus clientes.

Con una presencia en más de 170 países, ofrecemos una red global de servicios garantizando así la cobertura y el soporte necesarios en cualquier parte del mundo, ofreciendo múltiples servicios reduciendo tiempos y costes. Además, utilizamos tecnología avanzada para mejorar la visibilidad y control en la cadena de suministros, comprometidos así a una prácticas logísticas mucho más sostenibles, ayudando a nuestros clientes a reducir la huella de carbono.

¿Qué medidas toman para garantizar la eficiencia, seguridad y trazabilidad en sus operaciones portuarias?

Empleamos tecnologías automatizadas y herramientas digitales de desarrollo propio. Gracias a IRIS (Intelligent Real-time Information System), nuestro programa, podemos ofrecer visibilidad en tiempo real de las mercancías, eficiencia en las diferentes rutas, y mejorar la trazabilidad en toda la cadena de suministro 24/7. Además de tener implementado estrictos protocolos de seguridad, incluyendo sistemas de vigilancia, controles de acceso y tecnologías de de-

tección de intrusos para proteger las mercancías bajo nuestra custodia.

Ofrecemos programas de formación y capacitación continua para nuestro personal en temas de seguridad, manejo de mercancías peligrosas y procedimientos operativos, asegurando que estén preparados para manejar cualquier situación.

¿Qué tecnologías o prácticas sostenibles implementan en sus operaciones portuarias?

Nuestro sistema IRIS (Intelligent Real-time Information System) es un claro ejemplo del compromiso de GEODIS con la innovación tecnológica y la mejora continua de nuestros servicios logísticos. Además, en nuestra

división de GEODIS FREIGHT FORWARDING ofrecemos combustible sostenible en todos nuestros servicios, tanto para transporte aéreo como marítimo.

En línea con nuestro compromiso con la sostenibilidad, esta herramienta también incluye reportes sobre el impacto de la huella de carbono de los diferentes envíos que realizan.

“Empleamos tecnologías automatizadas y herramientas digitales de desarrollo propio”

¿Qué proyectos tiene GEODIS a corto y largo plazo en relación con sus operaciones portuarias?

A corto plazo, hemos desarrollado un nuevo servicio para conectar España con Marruecos mediante un producto propio de grupaje. Este servicio ofrece tiempos de tránsito optimizados, tarifas competitivas y la garantía de la calidad y eficiencia que nos caracteriza.

Además, con IRIS disponemos de seguimiento en tiempo real y soporte personalizado para asegurar que las mercancías lleguen a su destino de manera segura y puntual.

A largo plazo, estamos firmemente comprometidos en ampliar nuestra cuota de mercado en las regiones de Andalucía y Badajoz. Ofrecemos nuestras soluciones, experiencia e innovaciones con la determinación de fortalecer nuestra presencia y generar un impacto significativo en estas áreas.



ENTREVISTA

EMILIO MEDINA REBORIO
CEO CADISHIP

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Qué motivó a Emilio Medina a fundar Cadiship en 1995? ¿Cuál era su visión para la empresa en ese momento?

Llevaba por aquel entonces trabajando en el puerto más de 30 años, siempre por cuenta ajena, en grandes empresas del sector. Hay que tener en cuenta que yo empecé con 14 años como botones, y luego fui pasando por todos los puestos, llegando finalmente a puestos de responsabilidad, como jefe de operaciones o de administración, hasta llegar a director de delegación.

Durante todos estos años, además de enamorarme de esta profesión, me dio tiempo de ver las cosas con perspectiva y darme cuenta del potencial de un negocio que otros no sabían o no querían ver. Estas empresas en las que yo estuve, con poco o ningún arraigo en la zona, se implantaban cuando la actividad era boyante y se marchaban cuando empezaban a no cuadrar los números, abandonando el barco a la primera de cambio, muchísimo antes de lo que una empresa o empresario con raíces y con cabeza lo hubiera hecho.

De esta forma, con la indemnización laboral por cierre de la empresa, encontré la oportunidad de montarme por mi cuenta, primero como autónomo y poco después fundando CADISHIP. Y es cuando empecé a cumplir mi sueño de crear una agencia marítima-consignataria de buques, gaditana, profesional e independiente, que pusiera el foco en prestarle el mejor servicio posible a sus clientes y en traer negocio, desarrollo y prosperidad a Cádiz y Andalucía.

¿Cómo fueron los primeros años de andadura?

Como todo, los primeros años fueron intensos, con mucha dedicación para ir curtiendo la buena reputación de trabajo y esfuerzo que caracteriza a CADISHIP.

Nos estrenamos en el verano de 1995 con un ambicioso proyecto para abastecer de agua a la población debido a la persistente sequía de la época. Como consignatarios y agentes del Grupo Boluda, gestionamos el transporte de agua potable a Cádiz.

Asimismo, en los comienzos fuimos agentes de varias líneas navieras con África y traíamos mensualmente atados de madera sapeli, iroko y samba procedente de Camerún y Guinea Ecuatorial.

Otro proyecto importante fue el *Captain de Texaco* donde, durante un año, gestionamos el transporte de piezas de hasta 800 toneladas desde Dragados Offshore en el muelle de La Cabezuela hasta Ferrol.

También, durante tres años consignamos buques ucranianos que cargaban envases de latas para la flota pesquera de Sebastopol, enfocados en suministrar los buques factorías del Atlántico Sur. Inicialmente, empezamos suministrando en el puerto Cádiz, y posteriormente, Sevilla, Huelva y al final desde Almería.

En momentos de mucho auge, hemos atendido hasta nueve buques de todo tipo en puerto en el mismo día.

¿Cómo han evolucionado hasta convertirse en una empresa líder en el sector marítimo-portuario en España?



Emilio Medina Reborio: “Nuestra misión es dar una cobertura global a todo lo que rodea la operativa portuaria”

Hemos mantenido siempre una visión positiva y optimista, poniendo en valor no sólo nuestro trabajo y dedicación, sino también las instalaciones portuarias que tenemos en Cádiz y Andalucía para atraer operaciones de todo tipo.

Somos conscientes que la buena marcha de los puertos es resultado de un trabajo conjunto entre las empresas del sector y las administraciones públicas implicadas en la gestión marítimo-portuaria.

Hemos arriesgado en proyectos comprometidos y de gran dificultad que han marcado nuestra idiosincrasia a la hora de trabajar, a la par de apostar por el tráfico de cruceros, los barcos de granel sólido y líquido, los *project cargo* y las reparaciones en astilleros, entre otros.

¿Cuáles son los principales servicios que ofrecen en la actualidad? ¿En qué áreas se especializan?

El origen y principal especialización de CADISHIP es la consignación de buques; tenemos una amplia y profunda experiencia en la atención de todo tipo de barcos, desde cruceros, *bulk carrier*, buques tanques, gaseiros y de carga general. Sabemos qué necesita

cada tipo de buque y damos respuesta a cada uno de sus requerimientos.

Estrechamente relacionado a la atención a los barcos, está la asistencia a la tripulación y los pasajeros, ofreciendo servicios de alojamiento, traslados, trámites de inmigración, asistencia médica y cualquier cuestión que requieran. Y también muy vinculado al cuidado y custodia de la mercancía en cuanto a manipulación, transporte, almacenaje y gestiones aduaneras. En este punto, nos hemos especializado como representantes aduaneros, ofreciendo un servicio experto y experimentado en el complejo mundo de la Aduana.

Nuestra misión es dar una cobertura global a todo lo que rodea la operativa portuaria, nuestro cliente encuentra en nosotros una respuesta completa y única.

¿Cómo ha impactado la globalización en el sector marítimo-portuario y cómo se ha adaptado Cadiship a este cambio?

Se debería formular esta pregunta a la inversa, el desarrollo del transporte marítimo y la logística portuaria ha impactado tan positivamente en el comercio internacional que ha hecho posible la globalización. Lógicamente no ha sido el único factor, pero sin duda sí que uno de los más importantes. Tenga en cuenta que el 80% del movimiento de mercancía a nivel mundial se hace a través del transporte marítimo.

Las empresas del sector no necesitan adaptarse a los cambios, sino que más bien los propician. Y las que no tienen iniciativa y esa actitud proactiva, y se acomodan en su zona de confort, no tardan mucho en perecer.



Si ponemos el foco en la innovación, ¿qué papel juega la tecnología en la optimización de las operaciones portuarias?

La tecnología juega un papel crucial en los puertos. Sin el desarrollo tecnológico actual sería total y absolutamente imposible manejar tal volumen de mercancía como se maneja hoy en día.

No obstante, la tecnología no lo es todo, o desde nuestro punto de vista no lo debería ser. En CADISHIP compaginamos la innovación con una filosofía de trabajo tradicional. Tan importante es para nosotros la tecnología que, por supuesto, nos hace más eficientes, como la atención, dedicación y trato personal y cercano, algo que valoran mucho los capitanes y las tripulaciones de los buques a los que atendemos.

Asimismo, cambiando de tercio, ¿cómo se enfrentan a los desafíos logísticos actuales, como los retrasos en la cadena de suministro global?

Lamentablemente, las guerras y la conflictiva situación bélica actual producen los retrasos y el consiguiente encarecimiento de los artículos que al final pagamos los ciudadanos consumidores.

Esta situación complica el tráfico marítimo, que tiene recurrir a rutas alternativas para evitar zonas de conflicto y alarga los tiempos; lo que está de nuestra mano es minimizar los tiempos de espera una vez el barco llega a puerto. Para ello, ofrecemos atención al cliente las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana y los 365 días al año.

Para concluir, me gustaría preguntarle por los proyectos de expansión o mejora de infraestructura más importantes en los que están involucrados.

Nosotros estamos continuamente en expansión física y mental. Acabamos de hacer una inversión importante en la ampliación de nuestra sede, adaptándola a una empresa moderna y actual y mejorando las instalaciones y equipos para facilitar y agilizar el trabajo diario.

Además, tenemos otros proyectos en mente para la ampliación de nuestros almacenes y hemos ampliado la plantilla de profesionales que nos abre las miras para desarrollar proyectos futuros.

Somos optimistas y creemos en las personas que es parte esencial en el desarrollo de la empresa, donde ya está incorporada la segunda generación con mis hijos Emilio José y María Eugenia y un gran equipo de profesionales.





ENTREVISTA

JOSÉ ARAGÓN
DIRECTOR DE MARTERRA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Qué servicios específicos ofrece Marterra?

Marterra ofrece una amplia gama de servicios especializados en la gestión de trámites aduaneros, tanto en el puerto de Algeciras como en otros puertos de España. Nos destacamos por nuestra capacidad para gestionar todo tipo de mercancías, brindando un servicio ágil y eficiente, adaptado a las necesidades de cada cliente. Nuestra experiencia en el sector nos permite ofrecer soluciones integrales y personalizadas, asegurando el cumplimiento de los plazos y la máxima seguridad en el transporte de mercancías, sin importar su naturaleza. En Marterra, nuestra prioridad es ofrecer un servicio de calidad que garantice el éxito de cada operación.

No obstante, también operamos como transitarios y ofrecemos servicios de transporte terrestre y marítimo. En este apartado, nuestro fuerte es la importación de mercancía en Grupaje desde China. Ofreciendo calidad, agilidad, y buen precio.

“Nuestra experiencia en el sector nos permite ofrecer soluciones integrales y personalizadas”

¿Cómo consiguen ofrecer un trato personalizado para cada cliente?, ¿cuál es vuestro método de trabajo para personalizar cada trabajo o propuesta?

En Marterra, presumimos de ofrecer un trato completamente personalizado a cada cliente. Creemos que la base de nuestra relación comercial comienza con una escucha activa y una comprensión profunda de las necesidades específicas de cada cliente. Desde el primer contacto, ya sea telefónico o presencial, nos aseguramos de entender su situación particular y



José Aragón: “Algeciras es el mejor sitio para operar como agentes de aduanas y transitarios”



adaptar nuestras soluciones a sus requisitos.

Nuestra prioridad es que nuestros clientes comprendan cada paso del proceso, por lo que explicamos cada término específico de logística. En su lugar, nos aseguramos de que tengan claridad sobre los plazos, procesos y cualquier detalle relacionado con sus operaciones. De esta forma, cada cliente se siente parte del proceso de importación y exportación, con total transparencia y sin confusiones, lo que les permite tomar sus propias decisiones y estar tranquilos en todo momento.

¿Qué ventajas cree que tiene ubicarse actualmente en el puerto de Algeciras?, ¿y desventajas?

El puerto de Algeciras se encuentra estratégicamente situado al sur de Europa. Nuestra ciudad, es el mejor sitio para operar como agentes de aduanas y transitarios. La gran competencia en nuestro sector hace que el servicio deba ser impecable para poder seguir operando.

En cambio, nos encontramos con una lista de problemas y falta de recursos como el servicio de tren, accesos a la ciudad, falta de personal en los diferentes organismos que hacen que se demore el trabajo y los tiempos de espera, en ocasiones inadmisibles. Como consecuencia de todas estas dejadez nos

encontramos con la migración de mercancías a otros puertos como el de Huelva, Motril, Valencia,...

¿Cómo se adaptan a las nuevas tecnologías y regulaciones en el sector naval y portuario?

En Marterra, sabemos que el sector naval y portuario está en constante evolución, y cada día se hace más tecnológico e informatizado. Por ello, nos aseguramos de estar siempre al día con las últimas innovaciones y regulaciones que afectan a nuestro ámbito de trabajo. Hace unos meses, Algeciras fue un punto estratégico para probar nuevos avances en la implantación de operativas tecnológicas para la presentación de despachos de aduanas. Este tipo de avances son esenciales para optimizar los procesos y garantizar la eficiencia en el manejo de mercancías.

“Nos destacamos por nuestra capacidad para gestionar todo tipo de mercancías”

Nuestra capacidad para adaptarnos a estas nuevas tecnologías y regulaciones nos permite ofrecer un servicio más ágil, seguro y actualizado a las necesidades del mercado, asegurando siempre que cumplimos con los más altos estándares de calidad y cumplimiento normativo.

¿Cómo se vislumbra el futuro para Marterra?, ¿tienen algún proyecto entre manos?

El futuro de Marterra se vislumbra con optimismo y crecimiento constante. Nuestro principal objetivo es seguir ofreciendo la misma calidad en nuestros servicios a un número creciente de clientes, consolidando aún más nuestra marca, que ya es reconocida por muchos que han probado nuestra eficiencia. Buscamos crecer de manera sólida y efectiva, siempre manteniendo nuestra ética y compromiso con el servicio, que han sido la base de nuestro éxito.

Actualmente, nos encontramos en un momento muy positivo, con clientes cada vez más satisfechos con nuestra forma de operar, especialmente en el puerto de Algeciras. A medida que avanzamos, seguimos trabajando en nuevos proyectos y estrategias para continuar mejorando nuestros procesos y expandir nuestra presencia, siempre asegurando que la calidad y la atención personalizada sigan siendo nuestra prioridad.



ENTREVISTA

ÁLVARO GONZÁLEZ-CARRIÓN
DIRECTOR DE OPERACIONES DE
LAMAIGNERE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Lamaignere es una empresa con una larga trayectoria en soluciones logísticas. En estos más 110 años de vida, ¿cuáles han sido los principales retos por superar que han encontrado en el camino?

Sinceramente han sido bastantes los retos que hemos enfrentado y superado, la empresa se fundó en 1908, su origen está relacionado con una actividad consignataria, estibadora y agentes de aduanas.

A lo largo de estos años han evolucionado muchísimo las necesidades de los clientes. En sus comienzos, Lamaignere contaba con un carácter más nacional y ha evolucionado hacia una internacionalización de la compañía. Hemos crecido y desarrollado esas ramificaciones internacionales, que nos han ayudado a evolucionar nuestra actividad y poder seguir dándole a nuestros clientes el apoyo que han necesitado en ese proceso de expansión y crecimiento internacional.

Nos encontramos ante una empresa de carácter familiar, ¿por qué Lamaignere tiene esa naturaleza y ese carácter tan cercano?

Como comentaba, la empresa se fundó en 1908, fue una familia en la que creó esta empresa y así, a lo largo de las generaciones, ha seguido en sus manos. Al principio de la década de 1990, Francisco Herrero es el propietario actual, llevaba trabajando en la empresa desde muy joven, adquiere la empresa y la mantiene.

A veces algunas empresas, con el paso de las generaciones, sufren por adaptarse al mercado y por renovarse. Fue Don Francisco, quien, en esa época, se hizo cargo de la empresa y le dio un rumbo que cambió la dirección y el futuro de Lamaignere a lo que es hoy en día.

Ese carácter de empresa familiar es el que ha mantenido esos valores y esos principios que hoy en día tenemos, son los que hacen que nuestra empresa sea tan interesante para algunos tipos de clientes, porque, el acceso a la dirección y a la persona que ha marcado las estrategias de la empresa es sencillo, la empresa mantiene unos valores que hace que los empleados, los clientes y los proveedores tengan más cercanía que en una multinacional, que suele ser más impersonal. Una empresa familiar adapta los servicios a las necesidades del cliente.

¿Qué servicios ofrece Lamaignere a sus clientes hoy en día?

La empresa hoy en día es una transitaria, los servicios que la empresa ofrece son variados, como transporte aéreo, marítimo, terrestre, despachos de aduanas y almacenajes. Nuestra particularidad no reside únicamente en los servicios que ofrecemos, porque realmente los puede ofrecer cualquier transitario, sino las soluciones que ofrecemos, dentro de los posibles servicios, por la especialización en algunas industrias, como, por ejemplo, aeroespacial, militar, energía solar, infraestructuras, etc.

Álvaro González-Carrión: “Nuestro principal foco de desarrollo ha venido siempre marcado por las necesidades de nuestros clientes”



Dentro del almacenaje hemos avanzado mucho para desarrollar los servicios de última milla, que son muy parecidos a los servicios que ofrece Amazon, donde haces una compra, un almacén lo prepara y lo recibes.

Nuestra especialización máxima es en las cargas de proyecto, tanto aéreas como marítimas, normalmente son proyectos que tienen más relevancia, por los volúmenes que se manejan, como trenes, puentes, estructuras muy voluminosas.

El año pasado finalizamos un proyecto muy importante, donde movimos 147 unidades de ferrocarril, entre vagones y locomotoras, desde España y Alemania a Uruguay, es algo que no muchas empresas en España y en Europa pueden llevar a cabo con la eficiencia con la que lo realizamos nosotros.

A lo largo de estos años habéis conseguido un carácter internacional y global, ¿en qué países tienen presencia actualmente?

Hoy en día estamos presentes en 16 países, la empresa ha ido ampliando su red de oficinas, dando respuesta a las necesidades de nuestros clientes, como, por ejemplo, Asia y Oriente Medio para dar servicio a algunos de nuestros clientes. Conforme hemos ido madurando, hemos ido centrando el foco Iberoamérica.

Hoy en día tenemos la red internacional Lamaignere Worldwide Alliance que está establecida en muchos países, como Chile, México, Estados Unidos, Uruguay, Panamá, Colombia, Corea, Singapur, Vietnam, China, Taiwán, Emiratos Árabes, Portugal y Egipto.

Con todas estas oficinas, ¿cuál es la clave para adaptarse continuamente a las demandas del sector? Ya que también deben estar pendientes de los mercados para actualizarse dependiendo de ellos.

Como comentaba, nuestro principal foco de desarrollo ha venido siempre marcado por las necesidades de nuestros clientes, es decir, somos una empresa de servicios y tenemos que adaptarnos a esas necesidades, que son cambiantes, ya que muchos de nuestros clientes han tenido que ir adaptando su producción o su necesidad, en base a situaciones particulares de cada uno de los países.

Había empresas con las que trabajamos que tenían una presencia importante en Rusia o en Ucrania y hemos tenido que cambiar sus producciones a otros países, o, por ejemplo, en Estados Unidos, con la situación de los cambios de gobierno, donde se han ido aplicando aranceles.

Actualmente tenemos puesto el foco en Iberoamérica, nuestro crecimiento sigue estando orientado hacia el continente americano. Sabemos que podemos aportar mucho valor. Recientemente estuvimos en una campaña que organizaba la Cámara de Comercio, junto con el Ayuntamiento de Sevilla, en Miami, donde tenemos oficinas, hay una comunidad de españoles enorme y unos intereses bastante amplios, en cuanto al desarrollo y la comercialización de productos españoles.

Para concluir, ¿cuáles son los planes de futuro para Lamaignere y qué objeti-

vos se han marcado a corto y largo plazo para esta empresa?

Llevamos una trayectoria de crecimiento importante, hace ya unos 7 años, aproximadamente, creamos un rumbo en el cual decidimos cuáles era el objetivo que teníamos para los próximos años en la empresa, no solo económicos, sino también de desarrollo.

Estuvimos centrados en la digitalización, internacionalización y consolidación del negocio, fue la primera parte de nuestro desarrollo, que duró aproximadamente cuatro años y ya ha concluido.

Actualmente, trabajamos con otros objetivos, que consisten en el desarrollo, a través de la monitorización de los datos, la excelencia operativa y el crecimiento. Este proceso comenzó en el año 2019 y continúa en la actualidad, han generado unos resultados muy buenos, en el año 2019 estábamos facturando aproximadamente unos 22 millones de euros, a día de hoy nuestro objetivo es facturar en torno a 40 millones de euros, estamos hablando de que, prácticamente, hemos doblado la facturación de la empresa, a medio plazo nuestro objetivo, no es solo facturar, es desempeñar el trabajo de la forma en la que lo hacemos, donde aportamos esas soluciones a los clientes y nos sentimos satisfechos del trabajo que hacemos.

Cumpliendo estos objetivos generamos confianza en los clientes, que siguen contando con nuestra compañía. Además, es una forma de atraer el talento de las personas y la continuidad de los proveedores, todo ello nos ayuda a seguir creciendo juntos.

ADRIÁN MATEOS. GRUPO INMOBILIARIO TOVAR MATEOS

Ser empresario no es una profesión, es un proyecto de vida



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Aunque Adrián Mateos es CEO de Grupo Inmobiliario Tovar Mateos, ha decidido utilizar su nombre como marca para poner en marcha otros proyectos. “Nos especializamos en inversiones inmobiliarias de gran escala,

analizando proyectos y buscando las mejores oportunidades de rentabilidad. Nuestro objetivo es identificar propiedades con alto potencial, optimizar su valor y garantizar la máxima rentabilidad para nuestros inversores, siempre con un enfoque seguro y estratégico. Después de más de 11 años en el sector inmobiliario, decidí dar un giro en mi enfoque profesional, centrándome en el mundo de las inversiones, un área que siempre me ha apasionado, pero que exige preparación, determinación y una visión a largo plazo. Me di cuenta que había una gran demanda de inversión inmobiliaria, pero también una falta de conocimiento y gestión profesional en el sector”.

Con el afán de ofrecer un servicio integral ha visto la luz este nuevo proyecto que viene motivado por “la pasión por lo que hago. Siempre he creído que, si te dedicas a algo que te gusta, el esfuerzo y los obstáculos se vuel-



ven mucho más llevaderos. A través de mis proyectos, no solo busco crecer personalmente, sino también aportar valor a los demás. Esa energía que siento por lo que hago es lo que me impulsa a seguir avanzando cada día. Ser empresario no es una profesión, es un proyecto de vida. Sin embargo, en España emprender se hace muchas veces bastante difícil, la fiscalidad es poco flexible y hay falta de apoyo institucional”.

Entre sus objetivos está seguir ampliando la cartera de inversiones, diversificar mercados y optimizar procesos para aumentar la rentabilidad. “Como reto profesional este año, me he propuesto divulgar conocimientos clave del sector a través de mis redes. Mi objetivo es compartir contenido relevante y de valor, con el fin de ayudar a que más personas comprendan mejor el sector y puedan tomar mejores decisiones”.

En mi caso el emprendimiento es nato, me siento cómodo con la incertidumbre, de otra manera me marchitaría

DANIEL CUCHARERO.
TIFLOACTIVA



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
“En Tifloactiva Innovación desarrollamos tecnología accesible para hacer el patrimonio, la cultura y la información accesible y universal a todas las personas indiferentemente de sus capacidades y edad”. Ese es el propósito de esta empresa que, es la spinoff de la empresa matriz Axfito Model, y que fabrican maquetas arquitectónicas, industriales o museográficas aptas para personas ciegas.

La idea surgió al comprobar que “una maqueta era un producto obsoleto en una sociedad que demanda tecnología. Un amigo que era ciego de nacimiento manejaba el dispositivo móvil mejor que yo, sin embargo, una maqueta tifológica era complicada de comprender debido a las limitaciones técnicas. Conocedor y apasionado



de la tecnología, implementé un sistema de tecnología háptica en modelos físicos que da respuestas de manera accesible y en tiempo real mediante el uso del tacto”, explica Daniel Cucharero que ha dedicado toda su vida a desarrollar maquetas para coleccionistas, el mercado inmobiliario y el sector industrial y museográfico.

“Siempre me ha gustado tener la libertad de trabajar sin horarios, permitiéndome crecer, investigar y desarrollar nuevos productos. En mi caso el emprendimiento es nato, me siento cómodo con la incertidumbre, de otra manera me marchitaría”, explica este joven que no ha dejado de emprender desde que tenía 21 años y que se queja de “mucha burocracia, poca agilidad y un sistema económico injusto en el que prima la presión fiscal y penalización. Si tienes un momento difícil en tu proyecto, el sistema está diseñado para añadir mayor carga a tu problema, haciendo más difícil que un emprendedor pueda salir a delante”. Aún así Tifloactiva es una empresa de la que viven actualmente once personas, que cuenta con el apoyo de la gran corporación Eulen con la que han firmado un acuerdo marco hasta el 2028 que les aporta seguridad. “Ahora es como tener un hermano mayor en el que apoyarte”.

Es fantástico tener la libertad de crear y desarrollar soluciones innovadoras sin depender de estructuras rígidas

DANIEL TRIGUEROS.
EDUCAHUERTOS Y
THE GREENGAME



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
EducaHuertos es un proyecto educativo que busca fomentar un estilo de vida más sostenible. Según explica su fundador

“desarrollamos herramientas y metodologías innovadoras para integrar la producción sostenible de alimentos y la Educación Ambiental tanto en las aulas como en los hogares. Uno de nuestros principales proyectos es The GreenGame, una plataforma gamificada que ayuda a docentes y familias a enseñar de forma interdisciplinar, conectando la educación con la naturaleza y promoviendo valores como la responsabilidad ambiental, el pensamiento crítico y el trabajo en equipo”.

Motivado por un afán de cambio hacia un mundo más sostenible y consciente de que este camino tiene que venir de la mano de la educación Daniel Trigueros puso en marcha este proyecto con el fin de “ofrecer soluciones que hicieran más accesible y di-

vertida la integración del cultivo agroecológico y la Educación Ambiental en la educación, tanto en los colegios como en casa. Mi trayectoria profesional en el ámbito de la Biología Vegetal y la Educación Ambiental me hizo ver que había una gran desconexión entre la teoría y la práctica. Muchos docentes y familias querían enseñar a los niños sobre sostenibilidad, pero no encontraban herramientas adecuadas o prácticas para hacerlo. Vi una oportunidad de cubrir esa necesidad desarrollando un proyecto que combinara educación, sostenibilidad y tecnología. Y, sobre todo, quise emprender para pasar de la reflexión a la acción, creando soluciones reales que puedan tener un impacto positivo en la sociedad”.

Para este joven es fundamental emprender en su entorno de la Sierra de Aracena en Huelva porque pone en valor el “papel clave de las pequeñas comunidades en la transición hacia un modelo más sostenible”, y aunque es su primera experiencia para él supone “un reto apasionante, lleno de aprendizajes y desafíos. Es fantástico tener la libertad de crear y desarrollar soluciones innovadoras sin depender de estructuras rígidas”.



Arturo Bernal subraya el impacto de Alemania en el destino con 1.600 millones en gasto turístico en 2024, un 23% más



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El consejero de Turismo y Andalucía Exterior, Arturo Bernal, ha destacado el impacto del mercado alemán en Andalucía, uno de los principales emisores mundiales y tradicional para la región, debido a su contribución a la reducción de la estacionalidad y a su capacidad de gasto, con un desembolso realizado en el destino de más de 1.600 millones de euros en 2024.

Ha asegurado en este sentido que este emisor “mantiene la tendencia general del destino en la que estamos trabajando tanto en origen como en la propia oferta andaluza, centrando el crecimiento turístico en el impacto económico y en la mejora de los beneficios para el propio territorio andaluz y sus ciudadanos”. El consejero ha señalado que la aportación de este emisor “no se limita únicamente al número de visitantes y a su gasto, sino que presenta otros intangibles como su distribución durante el año”. Así, ha apuntado que los meses preferidos para su estancia en la región “son septiembre y octubre, alargando así la temporada alta en meses con menor actividad general frente a los centrales de verano”.

Ha considerado no obstante que Andalucía “tiene la oportunidad de avanzar en cuota de mercado en el conjunto del país”, ya que la comunidad, “es un destino consolidado para los alemanes, cuarta opción en España tras las islas y Cataluña, pero las cifras nos indican que esta posición, aun siendo privilegiada, está muy condicionada por la accesibilidad”.

Las compañías ofertaron en el año pasado 1,4 millones de plazas en vuelos hacia Andalucía, un 18,5% más que en 2023, lo que supone la mayor subida entre las principales comunidades turísticas españolas y “una muestra de que la estrategia para captar nuevas rutas, desde las mesas de conectividad, está dando sus frutos”.

Al respecto, ha argumentado que las cifras “ponen de manifiesto que hay demanda desde este mercado y que ese interés por el destino está respondiendo al crecimiento que ofrecen las aerolíneas”. De hecho, el pasado año las llegadas desde aeropuertos alemanes a Andalucía alcanzaron los 1,3 millones, un 16,6% más que en 2023.

El presente año mantiene la tendencia al alza, con una subida del 7,9% en el número de vuelos durante el primer semestre y un aumento del 8% en las plazas. Así, ha marca-

do como objetivo “captar nuevas conexiones aéreas y trasladar a las compañías que abren una ruta hacia Andalucía es una garantía de rentabilidad”. Para dar continuidad al refuerzo de la conectividad en el conjunto de la red de aeropuertos andaluces se intensificará el contacto con las compañías que operan en este mercado, con reuniones durante la ITB con varias aerolíneas, así como con operadores que pueden ofrecer el destino a través de vuelos chárter.

Junto a la participación en la cita berlinesa, el plan de acción para Alemania contempla alrededor de una veintena de actuaciones específicas durante este año, con una inversión cercana a los 1,5 millones de euros y un aumento del 23% en relación con el ejercicio anterior. Entre las iniciativas previstas se encuentran la celebración en la comunidad del congreso de la asociación de agencias de viajes alemanas DRV, la participación en la feria especializada en cicloturismo Eurobike o la presencia destacada de este mercado en los foros temáticos que acogerá el destino, centrados en la sostenibilidad, la oferta premium, el turismo activo y la naturaleza.

Bernal ha explicado que el alemán “es un perfil de turista que busca experiencias auténticas, sostenibles y de calidad, al que debemos mostrar que Andalucía evoluciona en su oferta para convertirnos en su referencia turística, adaptada a sus necesidades y expectativas”.

Para atraer a un público más joven y consolidar a los visitantes habituales se potenciarán segmentos que generan un flujo constante de viajeros, como el cultural, el de golf y deportivo o el premium, una oferta que será parte fundamental de la agenda de contactos con intermediarios durante la feria en la que la delegación andaluza estará acompañada por 60 empresas en la zona de trabajo.

Andalucía reedita su colaboración con Huawei para profundizar en la promoción turística en China

El consejero de Turismo y Andalucía Exterior, Arturo Bernal, ha valorado la reedición de la colaboración establecida con la

compañía tecnológica Huawei que permitirá profundizar en la promoción del destino Andalucía en el mercado chino, así como en otros emisores asiáticos e internacionales.

Bernal ha destacado que China “constituye un mercado estratégico para la comunidad, por su elevado potencial, su alta capacidad de gasto y su interés por segmentos que diversifican la actividad turística y nos permiten distribuir viajeros territorialmente en cualquier momento del año, aportando a la sostenibilidad del modelo”. Ha apuntado que los establecimientos hoteleros andaluces registraron más de 355.000 pernoctaciones realizadas por viajeros chinos durante el pasado año 2024, lo que supone un incremento del 87% en relación con el ejercicio anterior, fruto de la recuperación del mercado y de la acción desplegada en los últimos años.

Se trata de viajeros, según ha explicado “con estancias superiores a los diez días y un gasto medio por persona y día de 288 euros, casi 3.000 euros en el total de la estancia”; que demandan durante su estancia “productos relacionados con la cultura, el patrimonio histórico y la naturaleza”.

Ha considerado que esta colaboración “contribuirá a mejorar nuestra posición competitiva para encarar el reto del mercado chino”, un emisor en el que, por su dimensión, “nuestra promoción debe estar basada en la inteligencia de negocio y en la búsqueda de aliados como Huawei que representa una marca de gran prestigio para la población china”. El consejero ha recordado que el presidente de la Junta, Juanma Moreno, mantuvo una reunión con responsables de la compañía en su sede central en Pekín, para abordar iniciativas de cooperación que impulsaran el éxito de proyectos digitales estratégicos.

Andalucía y Huawei trabajarán conjuntamente en la mejora y promoción de la oferta turística de la comunidad en China y otros mercados internacionales, desarrollando estrategias marketing que se apoyarán en la plataforma Petal Ads, otros canales de la compañía y en espacios publicitarios en los territorios planteados. La empresa tecnológica marca como tendencias para el turismo chino la desestacionalización, con destinos que puedan atraer visitantes durante temporadas bajas, y la descentralización, promoviendo la visita más allá de los grandes centros de concentración de viajeros. Además, destacan el auge de las estancias largas y las experiencias culturales y premium inmersivas.

El director de Gestión de Desarrollo y Ventas del Ecosistema de Servicios en la Nube para Europa de HUAWEI Consumer BG, Shan Xuefeng, ha subrayado que la cooperación con Andalucía contribuirá “a construir un ecosistema turístico más inteligente, innovador y sostenible que ofrezca a los viajeros chinos una experiencia inolvidable”.

La colaboración entre las partes se ha visto refrendada hoy en un encuentro celebrado en el Mobile World Congress de Barcelona, con la presencia del director gerente de Turismo y Deporte de Andalucía, Lisardo Morán, y representantes de ambas entidades, quienes han abordado las acciones llevadas a cabo durante el pasado año y las iniciativas que se desarrollarán en este 2025.

Contenido ofrecido en colaboración con la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.



SURRENDER
TO LOLA FLORES

SURRENDER TO THE
**ANDALUSIAN
CRASH**

Andalucía



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Junta
de Andalucía

andalucia.org



da 'El cartel en la Semana Santa', que reunirá a los prestigiosos pintores y cartelistas Nuria Barreira, Daniel Franca y Jesús García Osorno, moderados por Fernando Bazán, en un acto organizado con la colaboración de la Hermandad de Pasión de Huelva.

Homenajes y encuentros con protagonistas de la Cuaresma

El 27 de marzo, la Fundación Cajasol reunirá a los protagonistas de los pregones de la Semana Santa onubense en el ya tradicional Encuentro entre pregoneiros, que en esta edición contará con la presencia de Fernando Romero Vallín, pregonero de 2025, y David Martín, pregonero de 2024.

En reconocimiento a la labor social de las hermandades, el 2 de abril se entregará el Premio Gota a Gota de Pasión 2025 a la Hermandad de la Esperanza, en conmemoración del 25 aniversario de su coronación canónica, por su destacada acción

social a través de La Despensa de la Esperanza. La laudatio del acto correrá a cargo de José Antonio Vieira.

Ese mismo día, el profesor de Historia del Arte Jesús Romanov López Alfonso ofrecerá la conferencia 'La iconografía de los Nazarenos, atributos y símbolos', profundizando en la representación artística de las imágenes devocionales.

La Fundación Cajasol presenta 'Tramos de Cuaresma' en Huelva con un completo programa de actividades

La Fundación Cajasol vuelve a ser punto de encuentro para la tradición cofrade onubense con una nueva edición de 'Tramos de Cuaresma', un programa cultural que ofrece una amplia variedad de actividades para acercar la esencia de la Semana Santa a todos los públicos. Talleres, mesas redondas, conferencias y reconocimientos marcan una agenda que se desarrollará en la Fundación en Huelva entre el 13 de marzo y el 10 de abril.

Mantenimiento de tradiciones con talleres para todos los públicos

El inicio de 'Tramos de Cuaresma' estará marcado por el Taller de Palmas Rizadas, impartido por la Asociación de Belenistas El Templo, que se celebrará del 13 al 18 de marzo en la sede de la Calle Puerto. Esta actividad pone en valor el mantenimiento de las

tradiciones vinculadas a la Cuaresma, permitiendo a los participantes aprender esta artesanía tan característica de la Semana Santa.

Los más pequeños también tendrán su espacio en el programa con los Talleres Infantiles de Cuaresma, que se celebrarán del 14 al 16 de abril, donde podrán disfrutar de actividades didácticas como la elaboración de rosquillas de naranja y canela, un escape room sobre la Pascua o la creación de una vidriera de Semana Santa.

Exposición fotográfica sobre la Semana Santa onubense

Dentro del programa de actividades, la Sala El Comercial contará, a partir del 3 de abril, con una exposición de fotografías realizadas por destacados fotógrafos onubenses. Una muestra que permitirá descubrir, a través de la mirada de profesionales de la imagen, la belleza, el sentimiento y la tradición de la Semana Santa en Huelva.

Encuentros para profundizar en la Semana Santa

El 18 de marzo, la Fundación Cajasol acogerá la Presentación del anuario de la Hermandad de Pasión, un acto que permitirá conocer la actualidad de una de las corporaciones más representativas de la Semana Santa onubense.

Dentro del ciclo de mesas redondas, el 20 de marzo se celebrará el encuentro 'La Magna Jubilar, un esfuerzo de todos', con la presencia de Antonio González García, presidente del Consejo de Hermandades de Huelva, Luis Alburquerque Lopera, comisario de la procesión jubilar, y Antonio Frochoso Gil, representante de la organización. Este acto contará con la participación de las hermandades que formaron parte de este acontecimiento histórico.

El 21 de marzo, los amantes del arte cofrade podrán disfrutar de la mesa redon-

Clausura con la entrega de itinerarios de la Semana Santa

El programa 'Tramos de Cuaresma' concluirá el 10 de abril con la Entrega de Itinerarios de la Semana Santa, en un acto que contará con la participación de la Banda de Cornetas y Tambores Expiración, Salud y Esperanza, poniendo el broche final a esta edición con la emoción de la música procesional.

Todas las actividades son de entrada libre hasta completar aforo, salvo los talleres que requieren inscripción previa a partir del 7 de abril. Para más información y reservas, los interesados pueden escribir a confirmacioneshuelva@cajasol.com.

La Fundación Cajasol reafirma así su compromiso con la difusión y puesta en valor del patrimonio cultural y devocional de la Semana Santa, ofreciendo un espacio de encuentro, aprendizaje y reflexión en torno a una de las tradiciones más arraigadas en Andalucía.

La Fundación Cajasol reafirma su compromiso con la lucha contra el cáncer infantil y juvenil con una donación a Andex



El presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, ha hecho entrega a la Asociación Padres de Niños con Cáncer de Andalucía (Andex) de los fondos recaudados en el desfile benéfico organizado por la diseñadora Rocío Peralta el pasado 15 de enero en el Patio de la Fundación Cajasol.

Al acto han asistido Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol; Carmen Rowe, vicepresidenta de Andex; Olga Tassara, trabajadora social de Andex, y la diseñadora de moda flamenca, Rocío Peralta.

Esta aportación económica irá destinada al programa de ayuda a las familias afectadas por el cáncer infantil y juvenil, con el objetivo de ofrecer soporte y atención a las personas que sufren las consecuencias de esta afección.

Desde su creación, Andex trabaja incansablemente para mejorar la calidad de vida de los niños con cáncer y sus familias, propor-

cionando apoyo emocional, social y recursos especializados que faciliten su día a día.

Moda y solidaridad, unidas por una buena causa

En esta ocasión, gracias a la colaboración de la Fundación Cajasol y la diseñadora Rocío Peralta, más de 300 personas han contribuido a esta causa benéfica que une la solidaridad, moda y tradición.

En el evento, la diseñadora Rocío Peralta dio a conocer en primera mano su nueva colección de moda flamenca 2025 "Errepe Línea Industrial", con alrededor de 140 diseños que reflejan la esencia de lo auténtico sin perder de vista las tendencias actuales.

Con esta iniciativa, la Fundación Cajasol refuerza una vez más su firme compromiso con la acción social, promoviendo proyectos que atienden las necesidades más urgentes de la sociedad andaluza y colaborando con entidades que trabajan a favor de la salud y el bienestar de quienes más lo necesitan.

Liderazgo femenino y toma de decisiones, ejes de la IV Conferencia Internacional en Sevilla de Mujeres Avenir



El Teatro Cajasol Sevilla ha sido el escenario de la IV Conferencia Internacional en Sevilla de Mujeres Avenir, un foro que ha reunido a destacadas embajadoras y expertas para analizar los retos y oportunidades de la presencia de la mujer en la toma de decisiones a nivel global.

Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol, ha dado la bienvenida al evento, celebrado en el marco del Día Internacional de la Mujer, reafirmando el compromiso de la institución con la igualdad de género: «Con mucho gusto acogemos de nuevo esta cumbre sobre la igualdad que ya cumple su cuarta edición gracias al empuje de Mujeres Avenir y que este año ha puesto el acento en las oportunidades de

liderazgo de las mujeres en todos los ámbitos de nuestra sociedad».

Pulido ha señalado la necesidad urgente de seguir abriendo espacios para que las mujeres puedan acceder a puestos de dirección en la empresa, la política y la vida pública: «O mejor dicho, en la necesidad de que se abran muchas más oportunidades de que las mujeres puedan acceder a las esferas de toma de decisión».

Tras su intervención, María Luisa de Contes d'Esgranges, presidenta fundadora de Mujeres Avenir, ha agradecido la implicación de la Fundación Cajasol en la promoción del liderazgo femenino y ha destacado el papel de las ponentes en esta jornada: «Debo también expresar mi agradecimiento a las embajadoras panelistas por el

esfuerzo importante de ordenación de sus complicadas agendas para acudir hoy a Sevilla y exponernos sus diversas y ricas experiencias y sus respectivos vividos en los países que cada una representa».

Asimismo, ha subrayado la relevancia de esta conferencia en un contexto global marcado por desafíos políticos, sociales y económicos: «Precisamente por esta circunstancia es por lo que la voz de las mujeres, lo decía también Antonio Pulido, se hace aún más necesaria y conferencias como la nuestra adquieren mayor trascendencia».

La diplomática Helena Cosano, encargada de moderar la mesa redonda, ha puesto el foco en los avances logrados en España en materia de igualdad, destacando

que «el avance ha sido vertiginoso en los últimos años. Es una sociedad prácticamente difícil de reconocer». Ha recordado el marco legislativo que ha permitido este progreso y cómo España ha pasado de ser vista como un país conservador a convertirse en un referente en materia de igualdad y lucha contra la violencia de género.

Sin embargo, ha señalado que aún queda camino por recorrer, especialmente en sectores como la diplomacia, donde la presencia femenina ha crecido de forma más lenta que en otros ámbitos: «Actualmente las mujeres representan el 32% de la carrera diplomática española, todavía lejos de la paridad, pero con una voluntad política clara de avanzar en ese sentido».

El debate ha contado con la participación de destacadas embajadoras, que han aportado su visión y experiencia sobre el papel de la mujer en el ámbito diplomático e institucional. En concreto, han intervenido Nairimas Ole Sein, embajadora de la República de Kenia; Vesna André Zaimovic, embajadora de Bosnia y Herzegovina; Adriana Bolaños, embajadora de la República de Costa Rica; Wilma Andrade, embajadora de la República del Ecuador; Zeineb Ely Salem, embajadora de la República Islámica de Mauritania; y Catherine Fautrier Rousseau, embajadora del Principado de Mónaco.

Las participantes han reflexionado sobre la necesidad de acelerar los avances en paridad de género, una meta que, según el último informe del Foro Económico Mundial, aún tardará más de 130 años en alcanzarse si no se redoblan los esfuerzos.

Durante el encuentro se ha entregado el Premio Mujeres Avenir 2025 a Dyanne Marengo González, presidenta del Comité Regional Interamericano (CORI) de la Cruz Roja.

La jornada ha finalizado con la intervención de Marjorie Vanbaelinghem, cónsul general de Francia, encargada de la clausura del evento, que ha subrayado la relevancia de la presencia femenina en la construcción de una sociedad más igualitaria y equitativa.



AGENDA MARZO - ABRIL

21
Marzo

- Hyrox Málaga 2025. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga
- VI Congreso Andaluz de Pacientes con cáncer y familiares. Palacio de Congresos de Cádiz

10
Abril

- IX Jornada Anual Inmobiliaria FAEC-ASPRICA. Palacio de Congresos de Cádiz

26
Marzo

- GAMMA Connecting 2025. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

21
Abril

- I Foro de Comercio Tribuna de Andalucía. La economía en torno a las tradiciones. Jerez de la Frontera

27
Marzo

- XI Congreso Andaluz de Ciencias Ambientales (COANCIAM). Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

22
Abril

- III Foro Sostenibilidad Tribuna de Andalucía. Sala Machado. Fundación Cajasol. Sevilla
- La Feria de la Ciencia. Sociedad Andaluza para la Divulgación de la Ciencia (SADC). Fibes. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

28
Marzo

- Convención GICA Inmobiliarias. Palacio de Congresos de Cádiz

23
Abril

- 40 congreso de la Sociedad Española de Nutrición Clínica y Metabolismo, SENPE 2025. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

5
Abril

- Mangafest Deluxe Edition. Fibes. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

29
Abril

- CM Summit. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

8
Abril

- Routes Europe 2025. Fibes. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

Si quiere que su evento aparezca en nuestra agenda, mándenos la información al email:
redaccion@tribunadeandalucia.es