

ANDALUCÍA

Pieralisi retrocede un 20% por la mala cosecha aceitera

FACTURACIÓN DE 24 MILLONES EN 2014 / El fabricante de maquinaria para el sector oleícola prevé recuperar la senda del crecimiento gracias al 'plan prever' de la Junta.

Jesús Martínez González. Jaén
La baja cosecha oleícola ha provocado una caída del 20% en la facturación de la planta de la multinacional italiana Pieralisi en Jaén, dedicada a la fabricación y mantenimiento de maquinaria para la extracción de aceite de oliva.

La reducción de la producción y el retraso en las ayudas a la adquisición de activos industriales ha hecho mella en el negocio de 2014, si bien las previsiones para este año se centran en recuperar ese terreno perdido.

“Esperábamos incluso menos ventas”, reconoce a EXPANSIÓN el director de la planta, Antonio Martell. En concreto, cerró el pasado ejercicio con unos ingresos de 24 millones de euros. Las malas previsiones de la campaña actual, que a febrero de 2015 se había reducido a la mitad en las almazaras andaluzas respecto a la de 2013-2014, llevaron a muchos productores a desistir de renovar su maquinaria.

Se logró un incremento en los servicios posventa de reparación y mantenimiento, que representan el 20% de todo su negocio. Sin embargo, no fue suficiente para compensar la fuerte caída en su actividad principal.

La compañía, que mantiene estable su plantilla con una treintena de trabajadores di-



Interior de la fábrica de Pieralisi en el parque tecnológico Geolit (Jaén).

PRODUCCIÓN

La producción de aceite de oliva en Andalucía será en la **campaña 2014/2015** una de las peores de los últimos años, con poco más de **600.000 toneladas**. Esta cifra ya suponía casi un **50% menos** sobre la media del último lustro.

rectos, espera que este 2015 sirva para recuperar el terreno perdido.

Los pedidos para maquinaria nueva arrancan a final del primer semestre del año, una vez que se conozcan los primeros indicios sobre cómo será la próxima cosecha. Aún no ha llegado ese momento, pero Martell espera que el grupo recupere el ritmo de crecimiento que venía manteniendo desde que se instaló en 2011 en el parque científico y tecnológico Geolit.

El principal factor hay que encontrarlo en las ayudas públicas a través de una especie de 'plan prever' para el sector. Estaba previsto que el año pasado se otorgaran por parte de

la Junta de Andalucía para subvencionar la adquisición de maquinaria. Se retrasaron y, finalmente, no llegaron.

El directivo explica que este mes se cierra el listado de beneficiarios y se podrá iniciar, según él, la ejecución a finales de mayo. La dirección de la fábrica jiennense estima que los ingresos potenciales gracias a esta convocatoria podrían estar entre seis y ocho millones de euros.

Pieralisi, fundada en 1888 por Adeodato Pieralisi, cuenta con 650 trabajadores y once filiales en todo el mundo. La fábrica ubicada en Jaén aglutina el 60% del negocio en España. Su otra instalación en el país está en Zaragoza.

Astilleros de Cádiz ultima la concesión de nuevos contratos

Expansión. Cádiz

El delegado del Gobierno en Andalucía, Antonio Sanz, anunció ayer la inminente firma de nuevos contratos para los astilleros de la Bahía de Cádiz lo que, unido a otros encargos actualmente en marcha, permitirá, según sus palabras, “volver a la etapa más dorada y de más fuerza” de estas instalaciones.

El delegado del Gobierno explicó que las negociaciones, si se culminan con éxito, harán posible que recuperen “el mercado histórico de construcción de petroleros” después de veinte años, lo que permitirá “avanzar en el empleo” y deparará importantes “beneficios a la industria auxiliar” gaditana.

Sanz destacó que, “el compromiso del Gobierno con la industria naval y la carga de trabajo conseguida” por Navantia y la Sepi en lo que va de legislatura, “van a llevar a estos astilleros andaluces a puntas de contratación históricas.”

En este sentido, recordó que los nuevos contratos en marcha se sumarán al ya firmado con Royal Caribbean para la reparación de cruceros en la planta de Cádiz, al encargo de un nuevo Buque de Acción Marítima (BAM) para la Armada –del que ya se está cortando la chapa en San Fernando– y a la próxima firma del acuerdo para la construcción de un gasero para Gas Natural.

Alejandro Cordero dirigirá Dunkin' Coffee

Expansión. Málaga

Dunkin' Coffee ha nombrado como nuevo director general en España a Alejandro Cordero, hasta ahora subdirector general ejecutivo de Grupo Negocios de Restauración del Sur (NRSUR), compañía en la que también ha desempeñado las funciones de director financiero, de desarrollo y de operaciones para las marcas Burger King y la propia Dunkin' Coffee.

Ingeniero industrial por la Universidad de Málaga y

máster en Dirección y Administración de Empresas por el Instituto Internacional San Telmo, Cordero goza de una amplia experiencia en áreas de franquicias, gran consumo y restauración de comida rápida.

En la actualidad Dunkin' Coffee cuenta con 55 establecimientos en España, cifra que se ampliará en una veintena durante 2015. La matriz, Dunkin' Brands, posee más de 17.000 locales en más de sesenta países.

Málaga Valley se posiciona como un “paraíso” para las ‘start up’ en Europa

J.A.Gómez. Málaga

El Club Málaga Valley llega a su mayoría de edad con una nueva apuesta por la innovación. Se trata de replicar en la ciudad el denominado *start up paradise*, un modelo de emprendimiento que aprovecha las posibilidades de las empresas ‘semilla’.

La sesión plenaria de presidentes del organismo contó ayer, entre otros, con la presencia de figuras del negocio digital como Luis Solana, presidente de Telefónica Open Future; la directora del programa de Investigación e In-

novación TIC de Atos, Nuria Lama; o la coordinadora del Área 31 del IE Business School, Conchita Galdón.

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, volvió a insistir en la “capacidad de la ciudad para atraer talento” dentro y fuera del entorno provincial.

Por su parte, el presidente del Club Málaga Valley, Javier Cremades, afirmó que “ya es un ecosistema de emprendimiento europeo con grandes posibilidades de incubación”.

La representante del IE

Business School, Conchita Galdón, comparó el caso de Hawái (EEUU) –donde nació el concepto de *start up paradise*– con la capital de la Costa del Sol. “Existen elementos muy parecidos como potentes infraestructuras de transporte y comunicaciones, además de “un entorno agradable”, si bien lamentó que la diferencia es que “aquí falta inversión privada”.

El fundador de la Cámara de Comercio España-Israel, Gil Gidró, defendió el papel de la “innovación, aunque sea compleja de desarrollar” por-

que “gracias a ella Israel no ha padecido recesión”. En el caso de Málaga Valley, cree que “se puede dar un salto cualitativo”.

Encuentro global

El encuentro reunió ayer a más de doscientas personalidades entre presidentes y altos directivos de grandes compañías, emprendedores e investigadores en el ámbito de las *start up*.

Club Málaga Valley es, después de 18 años de vida, uno de los *think tanks* más prestigiosos del país en materia de



Reunión del Club Málaga Valley, ayer en la capital costasoleña. / J.A.G.

innovación y TICs. Actualmente, cuenta con más de 300 socios, entre los que destacan Endesa, Ericsson, France Telecom, Oracle, Blackberry, Fujitsu, Orange, Google, AT4

Wireless, Telefónica, IBM, Nokia, Vodafone, Sony, Everis, Repsol, Ayesa, Ferrovial, Indra, Siemens, Acciona, Huawei, Boeing, Carrefour o Telvent.