

E & N



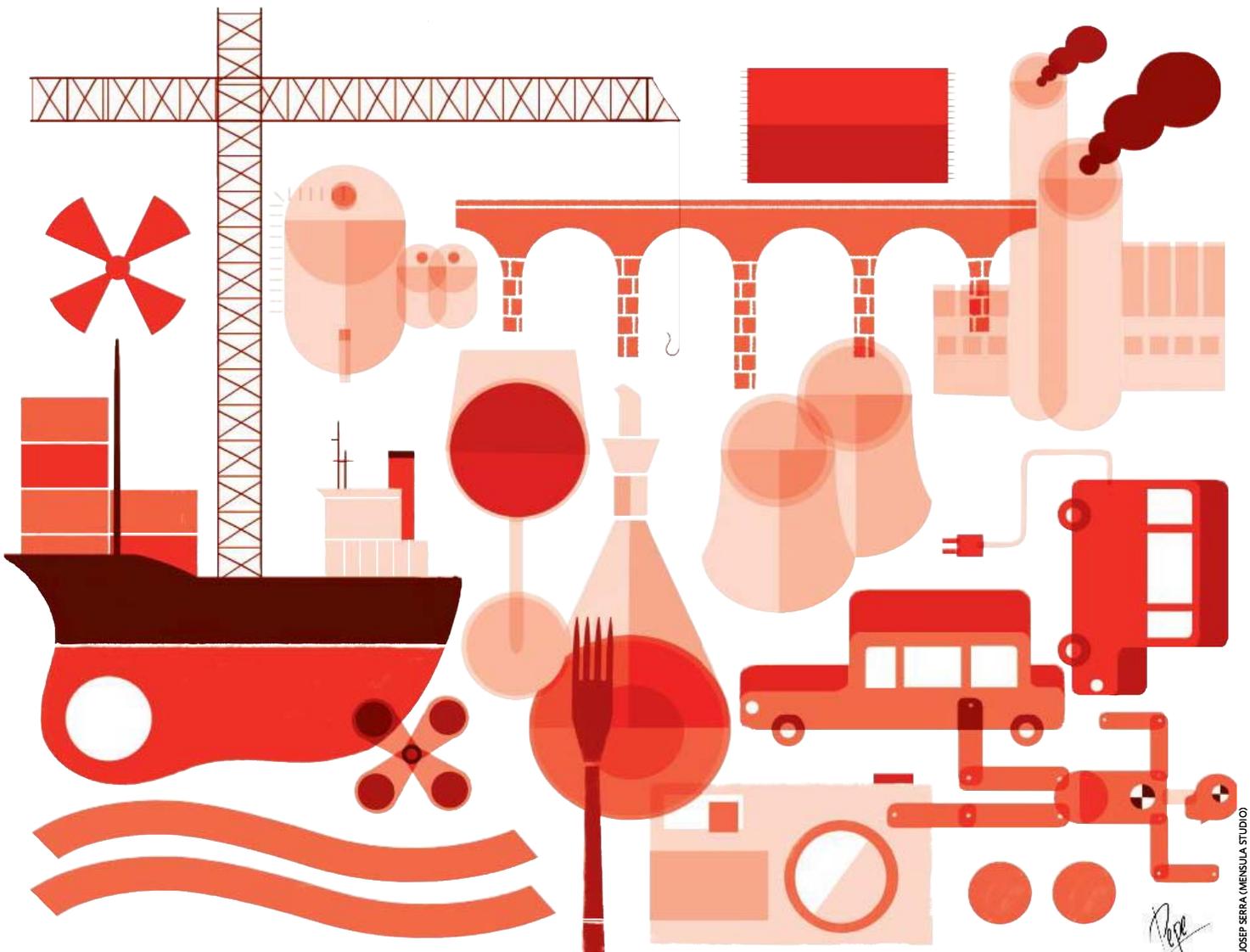
Este domingo número **1.000**
de Economía y Negocios

Un especial que repasa cómo ha cambiado la economía tarraconense desde 1990 y sus principales sectores. 48 páginas donde expertos, empresarios y directivos de diferentes ámbitos analizan el futuro de nuestras comarcas.

SUPLEMENTO SEMANAL DE **ECONOMÍA Y NEGOCIOS** DE DIARI DE TARRAGONA

Una economía con futuro

La diversificación y la vocación exportadora e innovadora de algunos de los principales sectores del territorio permiten pensar en positivo cuando cambie el actual ciclo



La segunda área económica de Catalunya

■ Las comarcas de Tarragona sumaban en 2010 un PIB de 21.004 millones de euros, el segundo después de la demarcación de Barcelona ■ **Con un 63,86%, su tasa de población activa es la más alta de toda Catalunya** ■

Rafael Servent Tarragona

■ Las comarcas de la demarcación de Tarragona son, por diversificación de su economía, peso de su demografía y magnitud de su Producto Interior Bruto (PIB), la segunda área económica de Catalunya, después del área metropolitana de Barcelona.

Llena de contrastes entre territorios y con economías altamente conectadas y repletas de interacciones, en esta área geográfica estaban empadronadas en el año 2012 un total de 814.199 personas, lo que supone un 10,7% de la población catalana (la segunda demarcación más poblada de Catalunya), con una economía que en conjunto sumaba en 2010 un PIB a precios de mercado de

21.004 millones de euros (últimos datos disponibles en el INE), lo que sitúa a estas comarcas, con un 10,8% de la riqueza que se genera en Catalunya, como la segunda demarcación catalana en creación de riqueza, sólo por detrás de la demarcación de Barcelona.

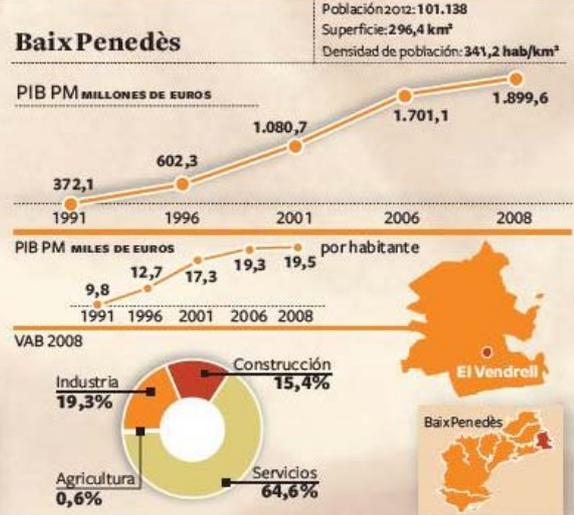
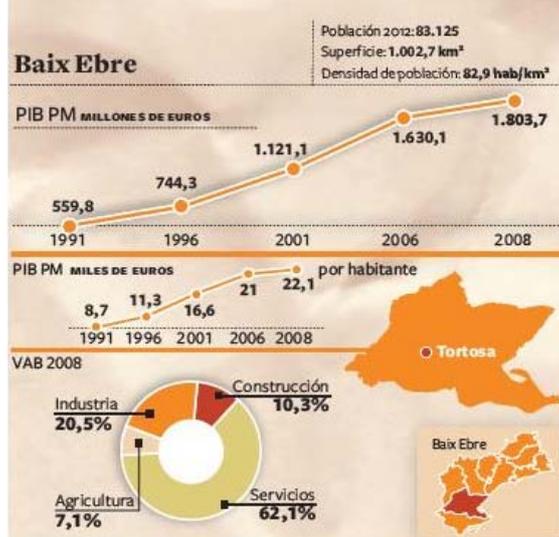
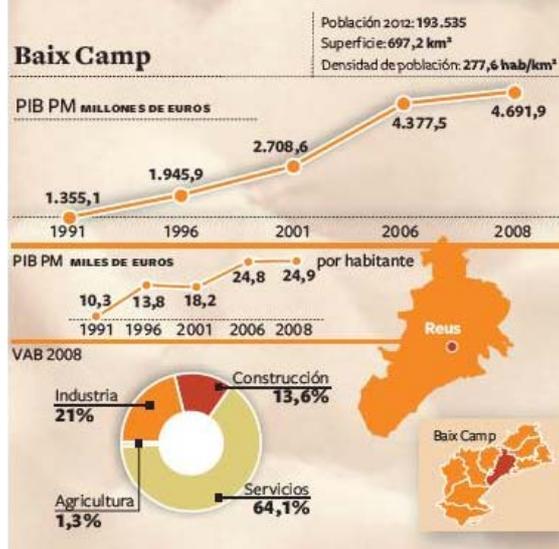
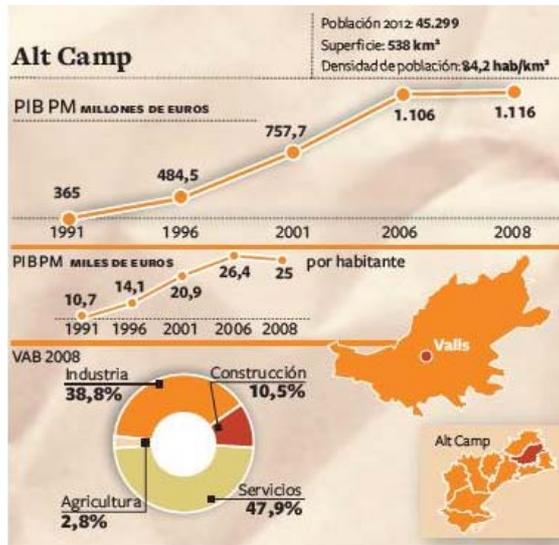
Repartida entre sus habitantes, esta riqueza arroja un PIB per cápita provisional en 2010 de 26.470 euros (según la primera aproximación del INE), lo que sitúa a los habitantes de este territorio cerca de la media de Catalunya, que con 26.635 euros per cápita en 2010 era ligeramente superior.

Fuerza laboral

La demarcación de Tarragona es, después de la de Barcelona, la que mayor número de ocupados tie-

ne, con 298.300 personas trabajando durante el primer trimestre del presente 2013, según la última Encuesta de Población Activa. Al mismo tiempo, es la demarcación que acusa una mayor tasa de paro de entre todas las demarcaciones catalanas (un 28,98% durante el primer trimestre de este año, frente al 24,53% de promedio en Catalunya) debido, en parte, a la gran proporción de población activa que reside en estas comarcas.

Las comarcas de Tarragona, en conjunto, cuentan con una tasa de actividad -población activa en relación al total de habitantes- del 63,86%, la más alta de entre todas las demarcaciones catalanas y por encima de la media de Catalunya, que se sitúa en el 61,73%.



Camp y Ebre

Dos grandes áreas territoriales definen la demarcación de Tarragona. Por un lado, Terres de l'Ebre, integrada por las comarcas del Baix Ebre, Montsià, Terra Alta y Ribera d'Ebre. Por el otro, el Camp de Tarragona, estructurado en torno al Tarragonès, Baix Camp, Alt Camp, Baix Penedès, Priorat y Conca de Barberà. En este último caso nos encontramos, cuando unimos las comarcas del Alt Camp, Baix Camp y Tarragonès, con un núcleo central del Camp de Tarragona que concentra, sin lugar a dudas, la segunda conurbación de Catalunya.

GESTIÓN INTEGRAL DE EVENTOS: EXCLUSIVIDAD, EXPERIENCIA, EXCELENCIA

10 años ag planning grup

C/ Unió 12 . 43001 Tarragona
Tel: 977 21 29 71 · Fax: 977 21 14 87 · Movil: 651 709 816
info@agplanning.com · www.agplanning.com

www.castillotamarit.com www.aiguesverds.com www.castelltallat.cat www.agplanning.com

En esta demarcación había, según el último DIRCE relativo a 2012, un total de 53.253 empresas, de las cuales un 53,8% no tenían asalariados, una proporción por debajo de la media de Catalunya, donde de las 592.192 empresas existentes en 2012, un 56,7% no contaba con ningún asalariado.

De entre las empresas que disponían al menos de un asalariado, la proporción de pymes es abrumadora, con un 91,58% de las empresas con entre 1 y 9 asalariados, un 7,13% con entre 10 y 49 y un 1,22% entre 50 y 499. Apenas 19 empresas en la demarcación de Tarragona sumaban 500 asalariados o más en sus plantillas, lo que representa el 0,77% del total con asalariados.

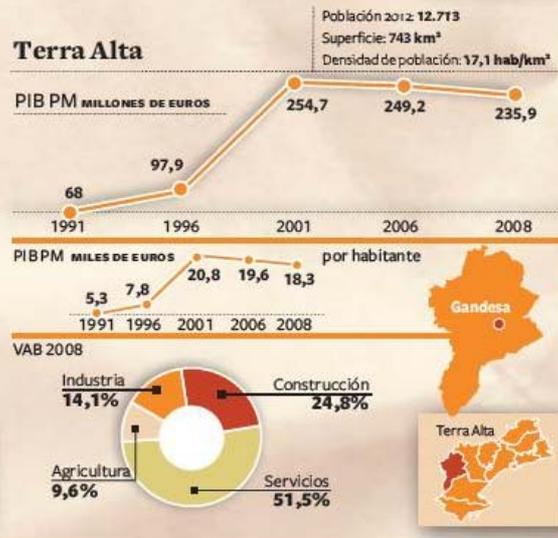
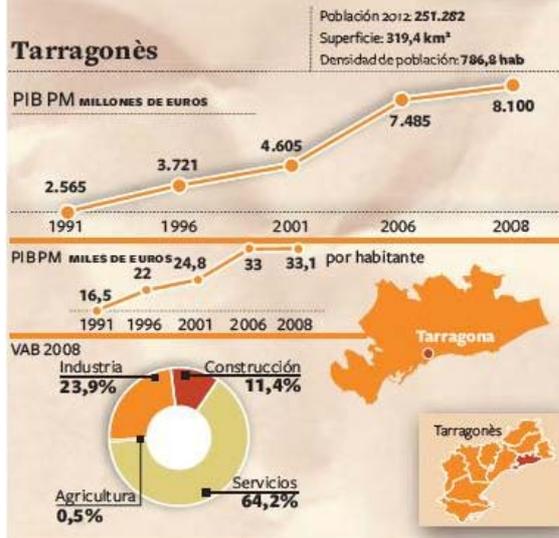
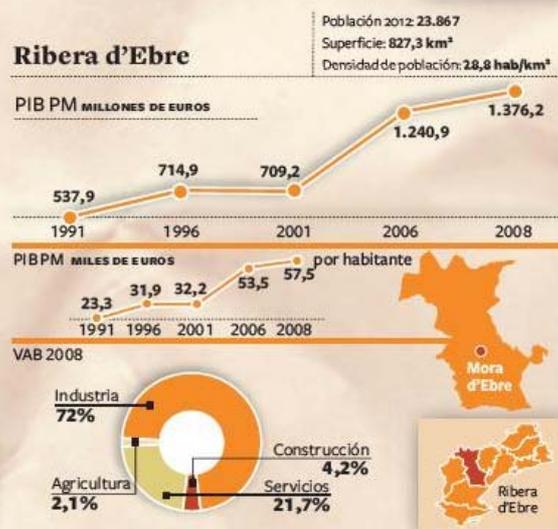
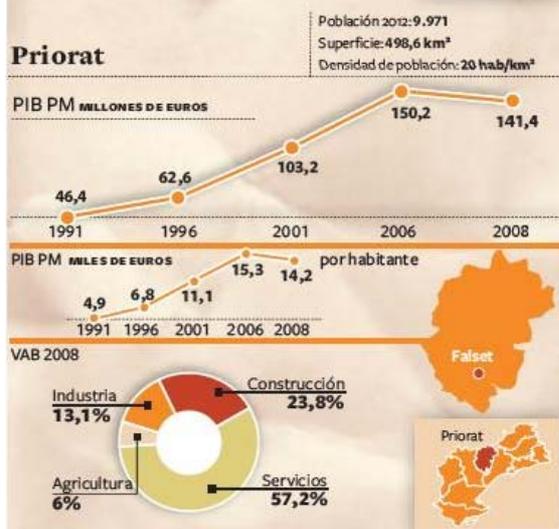
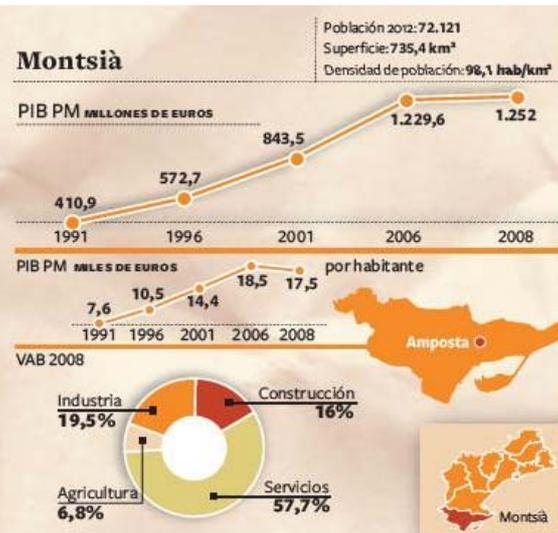
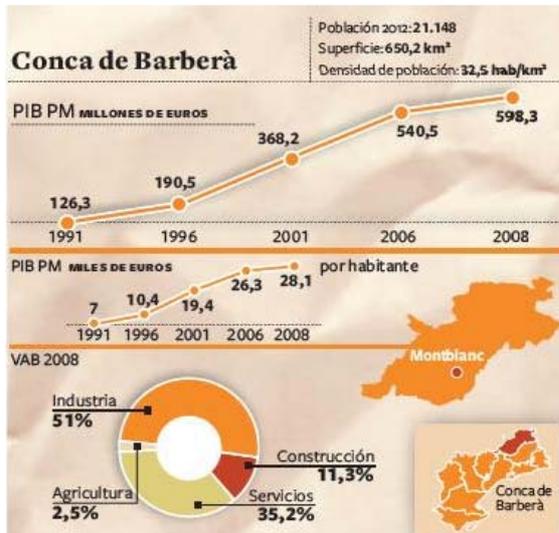
Si se observa la evolución de la demografía empresarial en los últimos años, las 53.253 empresas existentes en 2012 en las comarcas de Tarragona superaban ligeramente las 52.805 que había en 2006, tras un máximo de 58.973 empresas en el año 2008 y caídas anuales a partir de ese momento, con tasas de mortalidad del 3,61% en 2009, del 1,79% en 2010, del 2,53% en 2011 y del 2,4% en 2012, lo que arroja una caída global, entre 2008 y 2012, del 10,74%, que es prácticamente el doble que la media de Catalunya, donde entre 2009 y 2012 se perdieron el 5,71% de las empresas.

Una economía exportadora

Con todo, la diversificación de la economía de las comarcas de Tarragona y el alto grado de internacionalización adquirido en estos últimos años abren un horizonte esperanzador.

Así, con exportaciones en la demarcación de Tarragona por valor de 11.354 millones de euros en el año 2012 –según el último informe de coyuntura económica elaborado por el Grup de Recerca d'Indústria i Territori (GRIT) de la Universitat Rovira i Virgili (URV)– esta área económica se acerca mucho ya al superávit en la balanza comercial, que en este mismo año acumuló importaciones por valor de 11.876 millones de euros.

Respecto al ejercicio anterior, el incremento de las exportaciones (un crecimiento del 8,75%) superó al de las importaciones, que crecieron un 4,60%. Más notable aún si cabe había sido el incremento exportador registrado en 2011 (un 21,05% más), frente a un crecimiento del 3,99% en las importaciones.



Su patrimonio
en las mejores
manos

MEJOR ENTIDAD ESPAÑOLA DE GESTIÓN DE ACTIVOS Y PATRIMONIOS

Banca March ha sido elegida Best Asset Management Bank Spain 2012 por la revista británica *The New Europe* como reconocimiento a la entidad financiera más destacada en la gestión de activos y patrimonios.

Este galardón se une a los concedidos por las publicaciones *The World Finance*, que por tercer año consecutivo (2010, 2011 y 2012) ha otorgado a Banca March el premio Best Private Bank Spain, y *Global Banking & Finance Review*, que también escogió a Banca March como Best Private Bank Spain 2011.



BANCA MARCH
banqueros desde 1926

Plaça Prim, 12, 2n porta 9. 43201 Reus
www.bancamarch.es

10 acontecimientos que cambiaron Tarragona

1991

Nacimiento de la URV

■ El Parlament aprobó la Llei de Creació de la URV en diciembre de 1991

■ Desde entonces se han titulado **31.795** estudiantes y se han doctorado **1.150**

■ Las tesis se han multiplicado por seis y hay 160 veces más artículos indexados.



En 1999 Jordi Pujol inauguró el curso universitario. FOTO: TM/DT

■ La evolución del territorio no puede explicarse sin el nacimiento y consolidación de un modelo propio de universidad. El viaje empezó el 12 de diciembre de 1991, cuando el pleno del Parlament de Catalunya dotaba de autonomía propia esta institución que había comenzado siendo un ápice de la Universitat de Barcelona.

Sólo echar un vistazo a las cifras de pasadas y actuales da fe del crecimiento sostenido e imparable. En estos 20 años se han matriculado un total de 31.795 personas. De los 6.028 alumnos en el curso 90-91, a los 11.665 actuales. El doble en máster universitarios, por no hablar del incremento en la producción científica: se han multiplicado por

seis las tesis, hay 160 veces más de artículos indexados en revistas especializadas y se citan cinco veces más a autores de la URV.

Sin embargo esta historia de éxito no se explica únicamente puertas adentro. La universidad del Camp de Tarragona y Terres de l'Ebre se ha ganado el reconocimiento internacional especializándose en los principales sectores de producción del territorio. En este sentido, el Campus d'Excel·lència Internacional Catalunya Sud (CEICS) supone la consolidación de la agregación estratégica de las diferentes entidades y estructuras de docencia, investigación, transferencia de conocimiento y sector productivo del sur de Catalunya.

elringklinger

Elring Klinger, SAU C/ Tàrraga, 19 – 43204 – REUS
Tel: 977770096 Fax: 977770815

EUROPORTS

A LEADING EUROPEAN PORT OPERATOR

Nueva terminal de productos forestales y carga general

- Estiba y Logística
- Aduanas
- Consignatarios
- Depósito Franco
- Transitarios
- Transporte Multimodal



Euroports Ibérica TPS, S.L. • Apartado de Correos 839, 43080
Domicilio Social: Muelle Castilla s/n, 43004 Tarragona, España • Tel +34 977 222 219 Fax +34 977 220 459
euroports@europortsiberica.com • www.euroports.com

■ La economía de las comarcas de Tarragona ha estado marcada desde 1990 tanto por efemérides de carácter internacional como la entrada en la Unión Europea (entonces Comunidad Económica Europea) en 1986 o la entrada en circulación del euro el 1 de enero de 2002 o el hundimiento de Lehman Brothers en 2008 (detonante decisivo del inicio de la peor crisis que

haya vivido Europa desde la II Guerra Mundial) como por otras de carácter local que, sin duda, también han marcado un punto de inflexión en el tejido empresarial local.

El número 1.000 de 'Economía y Negocios' sirve en estas primeras páginas para echar la vista atrás y reflexionar por un momento en diez de los acontecimientos que han cambiado el devenir

de este territorio. Son de índole diverso. Los hay transversales que afectan a todos los sectores, como el nacimiento de la Universitat Rovira i Virgili (URV), cantera de profesionales para diferentes industrias y actividades y germen de empresas, tecnologías y trabajos de investigación con un efecto multiplicador indudable sobre el territorio. Los hay sectoriales pero que marcan

un antes y un después. Es el caso de la implantación de PortAventura en el territorio, un elemento dinamizador del ya potente sector turístico local que ha ampliado notablemente su planta y calidad hotelera. O del cambio de modelo comercial que supuso la apertura al público en diciembre de 1997 del complejo lúdico-comercial de Les Garrigues.

La inauguración de IDIADA, un complejo tecnológico para la industria del automóvil de altas prestaciones, también ha puesto a Tarragona en el mapa de esta potente industria. Y que decir de la expansión en materia de instalaciones productoras de energía o del boom del Priorat. Sin duda muestras todas ellas del dinamismo de una economía emprendedora y con futuro.

1995

De parque a destino turístico

■ El día 1 de mayo de 1995 se inauguró el complejo de ocio PortAventura ■ **La media de visitantes anuales es hoy de casi 4 millones** ■ Su oferta sigue renovándose. El año pasado estrenó Shambhala, la montaña rusa más alta de Europa



Jordi Pujol junto a su esposa Marta Ferrusola. FOTO: JOSÉ CARLOS LEÓN/DI

■ El proyecto de hoy poco tiene que ver con el parque de atracciones inaugurado el primero de mayo de 1995 por Jordi Pujol. Una fecha marcada por la imagen del Presidente, subido al Dragon Khan junto a su esposa, Marta Ferrusola, para alcanzar los 105 km por hora.

Cada nueva temporada ha empezado con inversiones nuevas, para mantener la curiosidad del público. La transformación de parque temático en complejo de ocio y destino turístico en sí mismo ha sido la clave del éxito. Una fórmula con la que ha logrado distanciarse definitivamente de la competencia en España, aumentar en medio millón sus visitantes en plena cri-

sis económica, y alcanzar la media de 3,7 millones de visitas anuales.

La oferta de ocio se ha ampliado con un centro de convenciones y un resort vacacional, que supone más del 30% de la facturación.

PortAventura sorprendió de nuevo el año pasado con la puesta en funcionamiento de una nueva montaña rusa. Con una inversión de 2,5 millones de euros, ésta se convertía en la más alta de Europa. En noviembre del año pasado, la familia Bonomi se hacía con la propiedad del 100% de la firma, que está ultimando la construcción de un nuevo tobogán, de 31 metros de altura de caída libre que es el más alto de Europa.

Creamos química para que el compost ame el plástico.

La mayoría de plásticos no son biodegradables, pero los ecovio® de BASF pueden biodegradarse totalmente al compostarlos en un entorno controlado*. Mediante el uso de bolsas compostables, se logra que la recogida selectiva de residuos orgánicos sea más higiénica y práctica. En lugar de terminar en vertederos, los residuos orgánicos depositados en bolsas ecovio® pueden convertirse en abono útil allí donde existan los programas adecuados para un correcto compostaje. Si la bolsa de plástico que usted usa hoy puede contribuir a un futuro más limpio para el medio ambiente, es porque, en BASF, creamos química.

www.wecreatechemistry.com

BASF
The Chemical Company

* PLANTAS DE COMPOSTAJE INDUSTRIAL. LOS POLÍMEROS DE ECOVIO® CUMPLEN CON CERTIFICACIONES BIOSALES CONCEDIDAS POR EL BPI, SEGÚN LA ESPECIFICACIÓN BPI M 0001; POR LA DIN CERTICO, SEGÚN LA DIN 15473; POR LA IMA, SEGÚN LA CERTIFICACIÓN GRSERVICIA; Y POR LA ASA, SEGÚN LA NORMA AS 4738:2010.

1991

■ Hace 30 años el Priorat era una comarca desolada

■ **El reconocimiento internacional comenzó en 1991. Clos Mogador apareció con 92 puntos en la guía Parker**

Los paladares más selectos se rinden ante un buen Priorat

■ Hace treinta años el Priorat era una comarca casi abandonada, en la que se producían vinos de batalla. Fue entonces cuando un grupo de pioneros, amantes del oficio, hallaron allí un *terroir* de enorme potencial, apto para los cultivos más ambiciosos. Instalaron sus bodegas, produjeron sus primeros caldos y, acto seguido,

buscaron la sanción positiva de especialistas franceses, suizos o norteamericanos, que se la concedieron alborozados. Con este refrendo, decidieron seguir trabajando. Parker entronizó los vinos del Priorat a principios de los noventa, y su aprecio popular fue extendiéndose. Luego, a caballo entre el siglo XX y el

XXI, esta historia de pasión vinícola atrajo inversiones y expandió su masa empresarial.

La influyente guía de vinos de alcance mundial Parker avanza año tras año la calidad de estos caldos. En 2012 incluyó 9 vinos de la DOQ Priorat entre los 10 mejores vinos tintos, con más de 90 puntos.



La guía Parker incluyó 9 vinos de la DOQ Priorat en 2012. PERE FERRÉ/DT

1990-2000

■ Las cooperativas han encontrado en la unión su competitividad ■

■ **El consumo de proximidad, el turismo rural y la exportación, son sus aliados**

El cooperativismo se fusiona y especializa para resistir

■ El cooperativismo ha vivido en las dos últimas décadas un proceso de especialización, fusiones y acuerdos para generar sinergias y hacer más rentable una actividad, que tiene sus orígenes a finales del siglo XIX en una sociedad marcadamente agrícola que ha dado paso una más industrial y de ser-

vicios que, a su vez, ha dado lugar a fenómenos beneficiosos para estas sociedades como el turismo rural. Beneficidas por su, las cooperativas empezaron a apostar por las *agrobotigues*. En 2005 según datos de la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya (FCAC), estaban abiertas alrededor de

ochenta aunque resultaba difícil concretar el número porque el modelo no estaba aún definido ni regulado. Había de tres tipos: el tradicional, el almacén y la tienda de *delicatessen*. Una de las pioneras de este tipo fue la cooperativa de l'Arboç (Baix Penedès), junto con la de Cambrils.



Las 'agrobotigues' fomentan el consumo de proximidad. FOTO: DT

FCC

Serveis Ciutadans



Si tu col·labores



Realitzem la recollida de R.S.U., Neteja viària i conservació de les xarxes de clavegueram, manteniment de zones verdes, neteja de platges, edificis i locals. A més, som especialistes en l'eliminació i reciclatge de residus urbans i industrials.



*Des que neixes, que penses:
Què deurà ser allò que et farà gran?
Potser seran els anys, els èxits, els aplaudiments.
Tenir un cognom o bé un altre.
O haver nascut més al nord o més al sud.
Pensaràs que la joventut, la bellesa o els diners
són el que et farà gran.
Que s'és tan gran com tot allò que es posseeix.
Res més allunyat de la veritat.
Perquè només hi ha una cosa en aquest món
que et farà gran:
Ser fidel a tu mateix.*

**Ser fidel a tu mateix
és el que et fa gran**



A CaixaBank, fa més de cent anys que som fidels als nostres valors. I avui continuem compromesos amb les persones i amb el desenvolupament social i econòmic del nostre entorn. I això ens ha fet grans.

- El primer banc d'Espanya
- 1a Obra Social del país
- Més de 13 milions de clients
- Més de 6.000 oficines

Perquè no som només un banc. Som CaixaBank.

www.CaixaBank.com



Miller Banc
d'Espanya
2012



Banc més
Innovador
del Món



Segell d'Or
EFQM a
l'Excel·lència
Europea



24 seleccions, 80 partits,
totes les estrelles del bàsquet mundial

1997

Llegan los 'category killers'

■ El 15 de diciembre de 1997 abrió en Tarragona el polígono lúdico-comercial de Les Gavarres ■ **Con él llegó un profundo cambio en el comercio**

■ El 15 de diciembre de 1997 abrió al público el complejo lúdico-comercial de Les Gavarres, en el término municipal de Tarragona, con un acceso directo desde la carretera T-11 que une las ciudades de Tarragona y Reus.

Fue la fecha en la que se estrenó el supermercado especializado en bricolaje Leroy Merlin, un 'category killer' (así se les llama en la jerga comercial a este tipo de superficies espe-

cializadas en una gama de productos) que se unía a las recién inauguradas Norauto (especializada en productos para el automóvil) y Decathlon (artículos deportivos).

Poco más tarde se le unieron las multisalas de cine Oscar y una extensa gama de franquicias de restauración. Fue el principio del nacimiento de un modelo comercial que ha tenido en la ciudad de Tarragona su epicentro, y que en estos años ha

supuesto la llegada de grandes cadenas especializadas, centros comerciales como Parc Central y grandes almacenes como El Corte Inglés.

El próximo en llegar, en las inmediaciones del polígono lúdico-comercial de Les Gavarres, será la firma sueca de muebles y decoración Ikea, que abrirá en la ciudad de Tarragona su primera tienda en Catalunya fuera de la demarcación de Barcelona.



Les Gavarres abrió al público el 15 de diciembre de 1997. FOTO: DT

1992

Referente en I+D para la automoción

■ El 14 de mayo de 1994 Jordi Pujol inauguró la primera fase de la IDIADA ■ **Hoy la ingeniería trabaja para todos los fabricantes y tiene presencia en 20 países**

■ El 14 de mayo de 1994 el entonces presidente de la Generalitat, Jordi Pujol inauguró las dos primeras pistas de pruebas del gran complejo de servicios tecnológicos para automóviles que dos años antes habían iniciado su andadura en entre los términos municipales de Albinyana, Banyeres del Penedès, La Bisbal del Penedès y Santa Oliva.

El complejo era propiedad del Institut d'Investigació Aplicada de l'Automòbil (IDIADA), un

organismo que nació en la Universitat Politècnica de Catalunya, que en 1990 se convirtió en empresa independiente perteneciente 100% a la Generalitat de Catalunya y que en 1999 se privatizó dando lugar a IDIADA Automotive Technology.

Hoy la empresa, que factura cerca de 125 millones de euros, suma más de 1.500 trabajadores entre Santa Oliva y los veinte países donde tiene presencia, de los cuales el 50% son ingenieros, li-

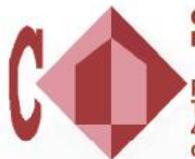
cenciados y técnicos especializados en el desarrollo de productos de automoción.

El complejo, que se halla entre los diez primeros del mundo, trabaja para todas las grandes marcas automovilísticas y es líder en España en proyectos de investigación y desarrollo financiados por la Unión Europea. Entre ellos, el Volar-e, el superdeportivo eléctrico que acelera de 0 a 100 kilómetros por hora en menos de 3,5 segundos.



El centro suma más de 1.500 trabajadores. FOTO: CEDIDA

LA MILLOR GARANTIA PER UNA GESTIÓ EFICAÇ



**COL LEGI D'ADMINISTRADORS
DE FINQUES DE TARRAGONA**

Pl. Ponent, 5, 1r
Tel. 977 235 421.
43001 Tarragona
coladmin@coaft.com

www.coaft.com

CODI CIVIL

Article 3.2

És requisit indispensable per a l'exercici de les professions col·legiades trobar-se incorporat al Col·legi corresponent. Quan una professió s'organitzi per Col·legis Territorials, n'hi haurà prou amb incorporar-se només a un, que serà el del seu domicili professional únic o principal, per exercir en tot el territori de l'Estat.

ENGINEYER TÈCNIC INDUSTRIAL

www.cetit.cat

- > Projectes d'instal·lacions
- > Assessorament de gestió d'instal·lacions
- > Certificacions tècniques i llicències d'activitat



**COL LEGI D'ENGINEYERS
TÈCNICS INDUSTRIALS
DE TARRAGONA**

977 251 877
cetit@cetit.cat

2003

La apuesta por el 'low cost'

■ Las instituciones del Camp de Tarragona rubricaron el 19 de mayo de 2003 el Pacte de la Boella ■ **Supone la apuesta por la llegada de vuelos 'low cost'**

■ El 6 de noviembre de 2003 aterrizó en el aeropuerto de Reus el primer avión de la aerolínea irlandesa Ryanair. Este hecho representó todo un hito histórico para el territorio ya que suponía la materialización del esfuerzo que habían realizado las instituciones del Camp de Tarragona para dotar esta infraestructura de vuelos regulares 'low cost'.

El acuerdo lo firmaron en La Boella el 19 de mayo del mismo

año. Entre los que lo suscribieron estaban las cuatro cámaras de comercio de la provincia, los ayuntamientos de Tarragona, Reus, Vila-seca, Cambrils y Salou, la Autoritat Portuària, la Cepsta, la Federació d'Empresaris d'Hosteleria y la Unió de Botiguers de Reus. En el pacto se estableció que según el número de pasajeros se otorgaría una subvención a la compañía, de 1,6 euros por persona, en términos publicitarios.

El despegue del aeropuerto de Reus supuso un episodio insólito en el que todas las instituciones del territorio sumaron sus esfuerzos a favor de esta infraestructura que ha sido clave para el turismo. En estos diez años se ha invertido en la terminal de llegadas y se ha hecho una puesta a punto de todas las instalaciones que han visto pasar a más de 12,7 millones de pasajeros. La aportación económica de los agentes territoriales suma 24,6 millones.



Artal, O'Leary y Nadal, anunciando los vuelos Reus-Londres FOTO: DT

1990-2013

El polo petroquímico es global

■ El polo petroquímico de Tarragona exporta más del 60% de su producción ■ **Cuenta con más de 3.000 millones invertidos en veinte años**

■ Nacido hace más de cuarenta años para nutrir el mercado doméstico, el polo petroquímico de Tarragona ha experimentado una evolución cualitativa notable durante este tiempo, con la internacionalización como una de sus señas de identidad.

Su dimensión global es hoy incontestable. Con una tasa de exportación de más del 60% sobre su producción, el polo petroquímico de Tarragona lidera las exportaciones de la industria química española.

Tras un incremento de las exportaciones acumulado desde el año 2000 que alcanza el 168%, las previsiones de la industria química de la demarcación de Tarragona para este 2013 adelantan un crecimiento en las ventas hacia los mercados exteriores del 10%, en línea con una mayor recuperación de la demanda internacional.

Pero no sólo en exportaciones ejerce su liderazgo este polo petroquímico. Sus cifras de

producción (Tarragona concentra el 50% de la producción química catalana y el 25% de la del Estado español, que en el segmento de plásticos asciende hasta el 44%) refuerzan la afirmación de que nos encontramos ante el polo petroquímico más importante del sur de Europa.

Más de 3.000 millones de inversión acumulados durante estos veinte últimos años atestiguan el grado de competitividad de este polígono.



Imagen del polo petroquímico de Tarragona. FOTO: TXEMA MORERA/DT

Tu negocio en un entorno privilegiado y a un paso de todo

PORT TARRACO

A Qatari Diar Property
www.porttarraco.com

www.aunpasodetodo.com

info@porttarraco.com
+34 977 244 173

2010

Los contenedores toman el Port

■ DP World inauguró el 22 de octubre de 2010 su nueva terminal de contenedores en el Port de Tarragona ■ **La inversión fue de 100 millones de euros**

■ El 22 de octubre de 2010, el Presidente de la Generalitat de Catalunya, José Montilla, y el ministro de Fomento, José Blanco, inauguraron la nueva terminal de contenedores de DP World en el Port de Tarragona, con una inversión público-privada de 100 millones de euros, que abría un horizonte de internacionalización sin precedentes para esta infraestructura portuaria.

Dos años antes, la empresa Contarsa, que tenía la concesión

de la terminal de contenedores del Moll d'Andalusia del Port desde agosto de 2004, formalizó la venta del 100% de sus acciones a la compañía dubaití DP World -la segunda terminalista del mundo-, con un 60% de participaciones, y a la naviera israelí ZIM Ports Limited (40%).

Tras la inversión de esos 100 millones de euros -durante el tiempo en el que duró la ampliación de esta terminal se generaron unos 2.000 puestos de tra-

bajo, entre directos e indirectos-, el Port de Tarragona cuenta con una nueva infraestructura con una superficie de 410.000 metros cuadrados, capaz de mover un tráfico de contenedores equivalente a 500.000 TEUs.

Un paso cuantitativo y cualitativo de gran significación para la diversificación de la actividad y los tráficos de un puerto que hasta entonces se había caracterizado por los graneles líquidos y sólidos.



Burgasé, Montilla y Blanco, el 22 de octubre de 2010. FOTO: DT

2010

El fin de Caixa Tarragona

■ El 30 de junio de 2010 se constituyó Caixa d'Estalvis de Catalunya, Tarragona i Manresa ■ **Se ponía fin así a más de 60 años de Caixa Tarragona**

■ El 30 de junio de 2010, los presidentes de Caixa Tarragona (Gabriel Ferraté), Caixa Catalunya (Narcís Serra) y Caixa Manresa (Manel Rosell), firmaron la escritura de constitución de Caixa d'Estalvis de Catalunya, Tarragona i Manresa, que más tarde adquiriría el nombre comercial de CatalunyaCaixa y la fórmula legal de CatalunyaBanc.

Fue la culminación de un proceso que se remontaba al 13 de octubre de 2009, cuando los con-

sejos de administración de las respectivas cajas de ahorros aprobaron iniciar su plan de integración.

La operación puso fin a más de 60 años de trayectoria de una institución fundada en 1949 en Tarragona, con gran arraigo y penetración en el Camp de Tarragona y Terres de l'Ebre. El proceso, enmarcado en la oleada de fusiones y adquisiciones protagonizadas por las cajas de ahorro de toda la geografía española, al

calor de la crisis financiera desatada en 2008, no estuvo exento de polémica en Tarragona.

No fueron pocos los líderes de la sociedad civil de las comarcas de Tarragona que lamentaron la pérdida de nombre y de marca que implicaba la dilución de Caixa Tarragona en una entidad que iba a utilizar el nombre de Caixa Catalunya como marca principal, así como la pérdida de poder de los centros de decisión en todos los órganos.



Rosell (Manresa), Serra (Cat) y Ferraté (Tarragona). FOTO: DT

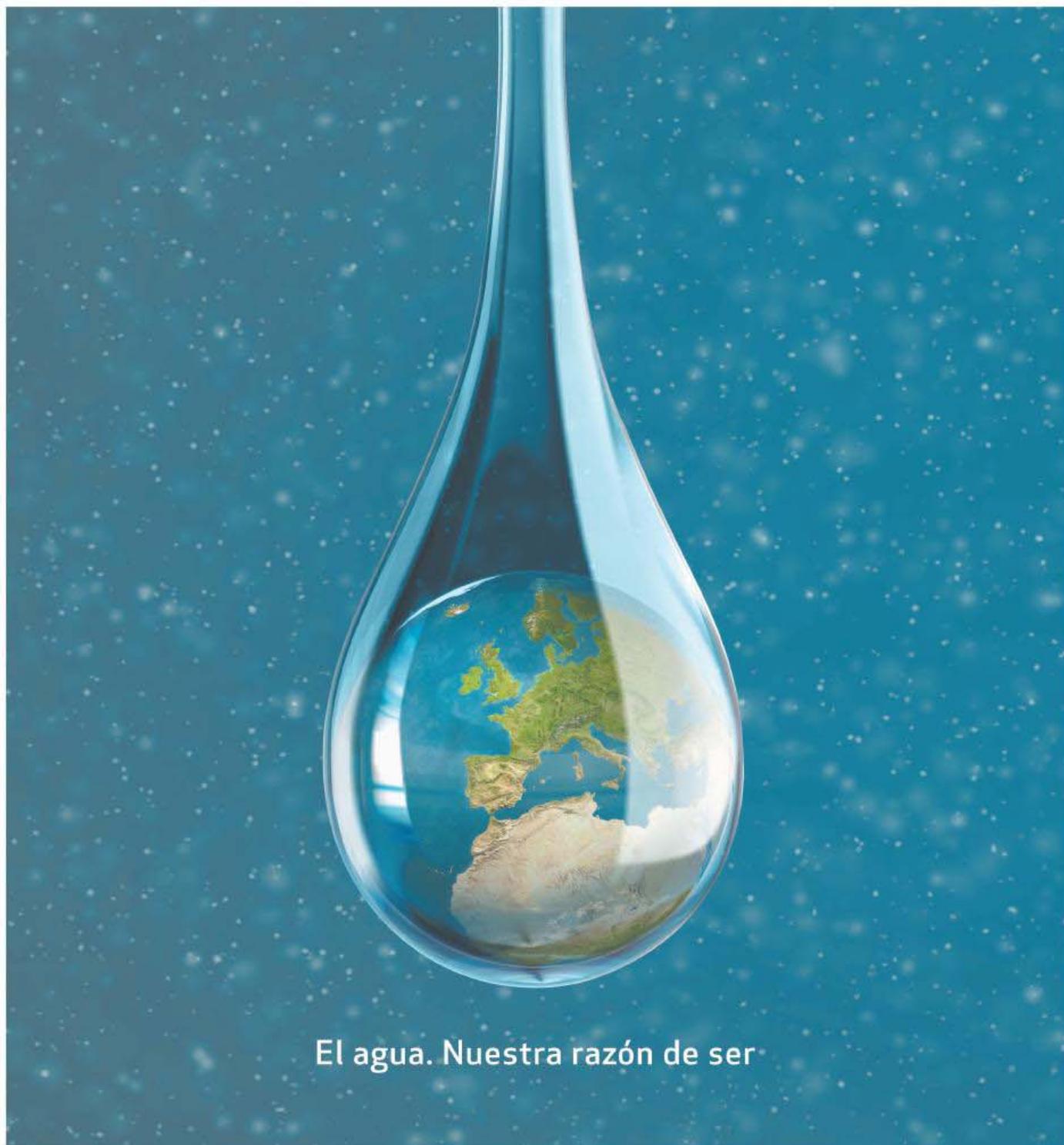
sp. activa
Servei de Prevenció de Riscos Laborals

Protegim les persones

info@spactiva.es - www.spactiva.es

Perquè tu ens importes

AMPOSTA
MÓRA D'EBRE
REUS
SANT CARLES DE LA RÀPITA
TARRAGONA
TORTOSA



El agua. Nuestra razón de ser

Líderes en el desarrollo de soluciones integradas del agua. Referentes mundiales en su gestión. Aportamos conocimiento, experiencia y compromiso para garantizar el acceso al agua y mejorar su calidad. Impulsamos la investigación para responder a los retos de la sociedad y del medio ambiente. Innovamos para resolver las necesidades de las personas y las empresas. Trabajamos, con eficiencia y responsabilidad, al servicio de millones de ciudadanos: de Nueva York a Santiago de Chile, de Bristol a São Paulo, en Barcelona o Cartagena de Indias, de Lima a Alicante, en Orán o Granada...

Cerca de ti. Tan lejos como el agua nos lleve



Agbar

www.agbar.es

Expansión y crisis en Tarragona: lecciones del pasado y opciones de futuro

Josep Oliver i Alonso

Catedrático de Economía
Aplicada de la UAB



La economía de Tarragona ha presentado, desde el inicio de la crisis, el mismo perfil de doble recesión que tanto ha afectado a Cataluña: caída muy intensa del PIB en 2009, lenta recuperación hasta mediados de 2011 y segunda, y severa, recesión desde entonces. Y, con algunas matizaciones, también podría afirmarse lo mismo en la fuerte expansión de los años 2000. No obstante, Tarragona presenta especificidades propias, con debilidades y fortalezas que la diferencian.

Comenzando por las vulnerabilidades, las más relevantes derivan tanto del mayor peso de la construcción como de su tardío impulso en el ciclo, así como del papel más relevante del sector público en la expansión, en especial en las Terres de l'Ebre. Entre las fortalezas, destacan el peso de la industria, en especial de la química, la elevada abertura exterior y la profunda transformación del sector primario hacia producciones de mayor valor.

Los registros de la expansión son conocidos. Entre 2000 y 2008, la construcción, que pesaba el 9,4% del PIB en 2000, aportó el 13,9%, y los servicios, impulsados por el auge turístico y en los servicios públicos, generaron el 50,2%. El intenso auge constructor se reflejó en un fuerte aumento de las viviendas iniciadas (de una media anual 1997-2000 de 11.500 a 18.700 en 2001-2007), con un mayor peso en las Terres de l'Ebre. El empleo público también ex-



ILUSTRACIÓN: GISELA GARCÍA FRESNEDA

perimentó un crecimiento sustancial, de forma que generaron un tercio del aumento total de la afiliación entre 2000 y 2008, que fue del 31,8%. En el ámbito industrial, las exportaciones superaron el aumento catalán, de forma que del 8,7% que aportaban en 1998 se pasó al 11,3% en 2008. No obstante, es preciso recordar cierta concentración de parte de la industria de Tarragona en producciones de relativamen-

te bajo valor añadido. Finalmente, en el primario hay que destacar la transformación desde producciones tradicionales a otras más intensivas en capital. En suma, en 2008 Tarragona presentaba vulnerabilidades que la iban a penalizar en la crisis (dependencia de la construcción y de los servicios públicos y peso de industrias de bajo valor añadido), junto a aspectos que

están definiendo el futuro (mejora agraria, potencia industrial y exportadora de turismo). Así entre el cuarto trimestre de 2008 el cuarto de 2012, la afiliación a la SS mostró una substancial caída del -14,8% (desde los 290.000 a los 247.000), algo superior al -12,3% de media catalana, reflejo del negativo impacto de la construcción (-49,7%) y del inicio de la caída del empleo en los servicios colectivos (-0,7%).

A pesar de la crisis, los puntos fuertes de su economía han comenzado a

desplegarse. Así, la exportación, tras el colapso de 2009 (caída anual del -17,8%), alcanzó en 2012 en los 7.500 millones de euros, una cifra superior ya a la de 2007. En el ámbito turístico, y a pesar de la caída del turismo interno y del resto de España, la demanda extranjera ha continuado aumentando, de forma que las pernoctaciones hoteleras en la Costa Daurada alcanzaron en 2012 las 9,2 millones, un máximo histórico.

En los próximos años, la capacidad de resistencia en algunos de sus principales sectores (en especial, el primario, ciertos ámbitos industriales y la demanda de turismo extranjero) permiten esperar una lenta recuperación, que debería ser más elevada que la del resto de Catalunya, en especial en el Camp

Tarragona se encuentra mejor posicionada para hacer frente a las dificultades que el país encara en la actualidad

de Tarragona y, con mayores dificultades, en las de las Terres de l'Ebre. Tarragona debería ir afianzando ganancias de las actividades con mayor vocación exportadora y, de esta forma, ir reemplazando los elevados pesos que tuvieron en la larga expansión tanto la construcción y el sector público, cuyos impulsos en la próxima década se antojan imposibles. Pero en esta tesitura, Tarragona se encuentra, a diferencia de otros ámbitos territoriales, mejor posicionada para hacer frente a las dificultades que el país encara en la actualidad.

LIMPIEZA

SEGURIDAD

SERVICIOS AUXILIARES

FACILITY SERVICES & MANAGEMENT

SOCIOSANITARIOS

MANTENIMIENTO

TRABAJO TEMPORAL

MEDIO AMBIENTE

El Grupo EULEN es líder en la prestación de Servicios Generales a Empresas y Administraciones.

- 50 años de experiencia.
- Más de 6.000 clientes.
- Más de 78.000 empleados.
- Presente en 14 países.

902 355 366 www.eulen.com



especialistas
a su servicio.



Av. Catalunya, 47
43002 Tarragona
Tel. 977 25 00 88

España • Chile • Colombia • Costa Rica • EE.UU. • Jamaica • México • Panamá • Perú • Portugal • República Dominicana • Qatar • Libia • Omán

Tarragona en clave de futuro

Jordi Gual
Economista jefe de "la Caixa"



El año 1986 marcó, sin ningún lugar a dudas, un punto de inflexión para la economía española. Con la entrada en la Unión Europea, se inició una etapa de prosperidad caracterizada por una mayor estabilidad de precios y macroeconómica. La economía española profundizó en el proceso de apertura exterior que se había iniciado algunas décadas antes y que se aceleró con la adopción de una moneda común en el año 1999. La eliminación del riesgo de cambio dinamizó los flujos de capital, comerciales y turísticos con los socios europeos. Así, el grado de apertura de la economía española (definido como la suma de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios en porcentaje del PIB) subió del 30% en el año 1990 hasta alcanzar un máximo del 72% del PIB en 2007. La economía catalana y, por ende, la tarraconense, que históricamente ha tenido una apertura al exterior significativamente superior a la española, se benefició especialmente de la integración europea.

La reciente crisis económica interrumpió temporalmente esta senda creciente. En 2009, con el hundimiento del comercio mundial, las exportaciones españolas se desplomaron un 9,8%. No obstante, estas recuperaron el terreno perdido en un año y siguieron creciendo a un ritmo más que notable en 2011 y 2012. En promedio, las exportaciones de bienes y servicios crecieron un 7,3% entre 2010 y 2012, frente al 4,3% registrado entre 2001 y 2007. Las importantes mejoras de competitividad de los últimos años están permitiendo, en gran medida, este fuerte ritmo de avance. Tam-

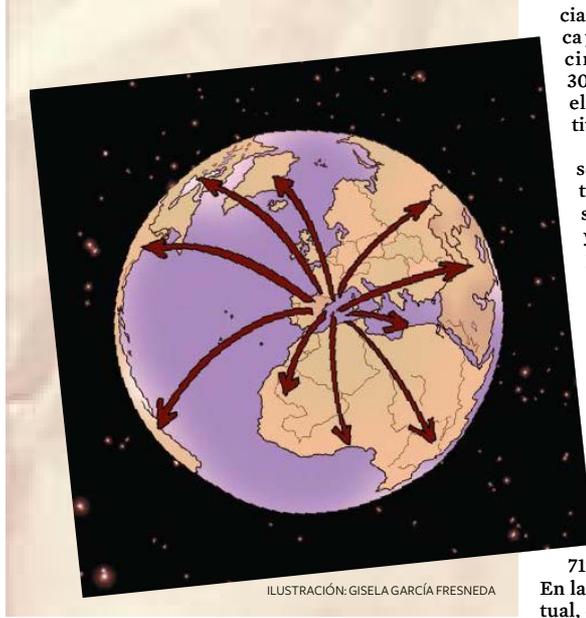


ILUSTRACIÓN: GISELA GARCÍA FRESNEDA

bién es destacable que la crisis de la eurozona ha propiciado una mayor diversificación geográfica de las exportaciones hacia nuevos destinos. En 2012, las exportaciones de bienes hacia la zona del euro coparon el 49,6% del total, frente al 60,1% de 2004. Solo el año pasado, esta disminución fue de más de 3 puntos porcentuales. Ello contrasta con el extraordinario avance de las ventas ha-

primida, el turismo tarraconense se podría beneficiar de una mayor orientación al exterior.

El otro puntal de la economía tarraconense, la industria petroquímica, que representa el 25% de la producción española del sector, cuenta ya con una importante presencia internacional. Además, las exportaciones de productos químicos, a nivel nacional, están creciendo a buen ritmo, concretamente un 6,4% en 2012, por encima de la media del 3,8%. Por ello es primordial seguir impulsando iniciativas que mejoren la competitividad de las empresas españolas en el mercado global. Entre ellas, se debería priorizar la inversión en infraestructuras estratégicas que actúen de palanca

para acceder los mercados exteriores. En este sentido, Tarragona se encuentra muy bien posicionada. El puerto de Tarragona, que por volumen de mercancías ocupa el cuarto lugar en el ranking nacional, desempeña un papel de enclave logístico estratégico en los intercambios comerciales con el sur de Europa. Por su parte, el aeropuerto de Reus ha experimentado un menor crecimiento en la última década y aún se centra mucho en la temporada turística.

El sector de servicios turísticos no debería ser la excepción y este tiene importantes implicaciones para la economía de Tarragona. En 2012, alrededor del 62% de las pernoctaciones en la provincia de Tarragona fueron de no residentes, en contraste con el 71% de Cataluña. En la coyuntura actual, con la demanda interna muy de-

primida, el turismo tarraconense se podría beneficiar de una mayor orientación al exterior.

El otro puntal de la economía tarraconense, la industria petroquímica, que representa el 25% de la producción española del sector, cuenta ya con una importante presencia internacional. Además, las exportaciones de productos químicos, a nivel nacional, están creciendo a buen ritmo, concretamente un 6,4% en 2012, por encima de la media del 3,8%. Por ello es primordial seguir impulsando iniciativas que mejoren la competitividad de las empresas españolas en el mercado global. Entre ellas, se debería priorizar la inversión en infraestructuras estratégicas que actúen de palanca para acceder los mercados exteriores. En este sentido, Tarragona se encuentra muy bien posicionada. El puerto de Tarragona, que por volumen de mercancías ocupa el cuarto lugar en el ranking nacional, desempeña un papel de enclave logístico estratégico en los intercambios comerciales con el sur de Europa. Por su parte, el aeropuerto de Reus ha experimentado un menor crecimiento en la última década y aún se centra mucho en la temporada turística.

En definitiva, la economía del futuro para las tierras de Tarragona se orientará cada vez más en clave exterior, y es fundamental que empresas, profesionales y los gestores de las políticas de infraestructuras y otros medios públicos orienten sus esfuerzos en esta dirección.

La economía se orientará cada vez más en clave exterior y los esfuerzos deben ir en esa dirección



Felicitats pels
1.000 números
de bona informació

TREBALLEM PER LES EMPRESSES I EL TERRITORI



No desandar más lo andado

Joaquim Margalef
Economista. Profesor de la URV



A principios de los años noventa del siglo XX, la economía del área entra en unos nuevos parámetros de actuación, consecuencia de la consolidación del sector químico y el turístico que habían marcado las pautas de crecimiento en años anteriores. El modelo turístico experimenta un cierto agotamiento, estructural y de atracción de visitantes, mientras que la química, ya consolidada por la presencia de España en la Unión Europea, se plantea una clara vocación exportadora. En esta situación, se entra en un periodo de recesión del cual no se saldrá hasta 1995.

A partir de entonces se entra en una dinámica de crecimiento que llevará a modificar las estructuras productivas de la zona. La dicotomía química-turismo abre el abanico hacia nuevas actividades. El turismo acepta el cambio que representará Port Aventura, como una nueva posibilidad de la demanda e incentiva inversiones, mientras que la química consolida sus economías de aglomeración, (agua, electricidad, puerto, formación, planeamiento, sistemas de conexión entre empresas...), lo que le permite justificar y atraer inversiones y diversificarse en base a nuevas producciones y la exportación. Pero estos dos pilares fundamentales en la economía del área, no continuarán siendo los únicos motores impulsores de la actividad en la zona. Sus limitaciones, en el caso del sector turístico vienen dadas por su estacionalidad y en la química por su fuerte concentración territorial, lo que determina unos efectos de arrastre muy limitados hacia el resto del territorio y de los demás sectores de la economía de la zona que verán nuevos marcos de crecimiento.

La gran novedad a partir de 1995, al inicio de la recuperación, después de la recesión de 1993, es que se genera una dinámica nueva en la zona, centrada en la construcción y la localización de nuevas actividades industriales y de servicios. La construcción, fuertemente relacionada con el mercado turístico, inicia una expansión muy ligada a la

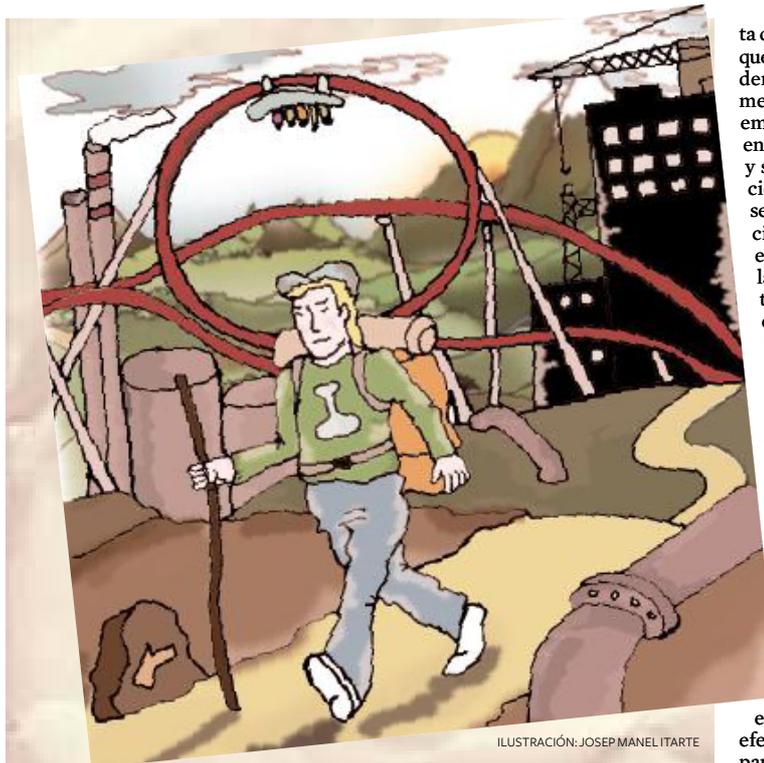


ILUSTRACIÓN: JOSEP MANEL IRTARTE

ocupación del suelo en la costa y en la edificación de segundas residencias, lo que profundiza un modelo turístico centrado en los apartamentos y residencia secundaria, antes que en la oferta hotelera. Por otra parte la diversificación industrial que se potencia con la localización de nuevas actividades, fue un fenómeno que vino acompañado por dos elementos esenciales: el primero la renovación productiva de muchas actividades tradicionales que habían entrado en una situación de obsolescencia, lo que se cambia por la dinámica de modernización de la economía del país y se arriesgan a emprender nuevas iniciativas, y por otro lado hay que contemplar el efecto atracción que significó las posibilidades de localización de inversiones foráneas, muchas del área de Barcelona que encontraron un terreno abonado en la buena conexión por autopista y la voluntad de promo-

ción por parte de la administración local.

Esta dinámica de crecimiento lleva a una diversificación productiva y hace que de los dos motores de los años setenta y ochenta se pasa a tener otros: la industria transformadora, la construcción y los servicios, apoyados en mejorar la oferta de bienestar (salud y educación) y en la nueva demanda del sector industrial en un proceso de offshoring de los mismos. La capacidad de producción aumenta y los efectos multiplicadores de su propio dinamismo pronto se muestran como aceleradores, lo que es más fácil a partir de que incrementa la población que proviene primeramente de la zona metropolitana de Barcelona y se instala en el Baix Penedès y el norte del Tarragonès, población que gana las rentas fuera y las gasta aquí, lo que genera un fuerte aumento de demanda que se ajusta a una voluntad de aumentos de la ofer-

ta que parece que no tendrá fin. Las pequeñas y medianas empresas locales pueden absorber buena parte de estos aumentos de la demanda así como otras empresas de servicios que se instalan en la zona atraídas por este dinamismo y sus buenas condiciones de localización. Posteriormente, esta expansión se verá complementada por la inmigración extranjera, esta ganará las rentas en la zona, servirá para ajustar los salarios, y su gasto se realizará preferentemente en la misma. El proceso de expansión de la economía se acelera, hay una gran capacidad de apalancamiento financiero como nunca se había visto, principalmente para las pequeñas y medianas empresas, no solo las inmobiliarias y de la construcción, también los consumidores se beneficiarán de este aumento de liquidez que generará un fuerte impulso a su predisposición al consumo, lo que tendrá importantes efectos sobre el crecimiento económico.

Diecisiete años de expansión cambian la realidad económica, pero las bases sobre las que se construyó se derrumban con facilidad al entrar en una situación de crisis económica a finales del 2008, con un efecto global pero con problemas muy particulares en la zona como consecuencia de sus propios desequilibrios. La demanda interna va cayendo, el efecto acelerador lo hace en negativo, el desempleo se incrementa hasta cifras inimaginables, la ocupación cae, la estructura de servicios y de las Pime's se ajusta a la baja. El crédito, motor de la expansión anterior, se termina de golpe. Esta es la dinámica de los últimos cuatro años y con dificultades de encontrar una salida, teniendo hasta ahora un elevado coste social y productivo. Tras muchos años de fuerte crecimiento económico y cuatro de caída, es conveniente no desandar más lo andado, y sería conveniente, a nivel global más que de la zona, encontrar planteamientos y actuaciones de cómo solucionar los problemas sociales y económicos que se están agudizando. La falta de planteamientos claros y efectivos lleva a dificultar las expectativas e ilusiones, alargando de manera excesiva una crisis que los últimos años se ha asentado en la zona.



Vopak Terquimsa



**Tu puerta de entrada a España,
tu ventana al Mediterráneo**

Terminales Químicos, S.A.
Moll de la Química, s/n
Puerto de Tarragona
43004 Tarragona (España)

Tel.: (+34) 977 241 454
Fax: (+34) 977 213 229
Mail: dptocla@terquimsa.com
www.vopakterquimsa.com

Editorial

Un futuro marcado por nuestra capacidad de arriesgar, innovar y aunar esfuerzos

■ El domingo 25 de febrero de 1990 una notada en portada del *Diari* anunciaba el inicio de un suplemento semanal de Economía y Negocios que hoy, 23 años después cumple 1.000 números y que pese a haber perdido el papel salmón de los orígenes y haber evolucionado en cuanto a diseño, cabecera y secciones, mantiene su filosofía inicial: reflejar aspectos de la economía mundial que afectan a nuestras comarcas pero sobre todo el pulso de las empresas y los temas que preocupan a los agentes económicos del territorio. El producto que es, sin duda, fruto de un tejido económico emprendedor, con clara vocación internacional y diversificado. Un tejido que explica que las comarcas de Tarragona sean las más dinámicas y las de mayor peso en el PIB de Catalunya después de Barcelona. Un tejido del que, en esencia, siguen tirando los mismos sectores que hace casi un cuarto de siglo: la industria química –cuyo polo de Tarragona es el más importante del sur de Europa–, el Port

de Tarragona –el cuarto más importante del Estado–, el sector turístico local –de referencia en Catalunya y pionero en la internacionalización– y el agroalimentario –con una larga tradición en el territorio y en muchos casos, altamente innovador–. Todos ellos protagonistas fijos de la historia económica reciente de nuestras comarcas pero que, a su vez, han experimentado algunos cambios destacados y que, sin duda, en el futuro, vivirán otros para adecuarse a las necesidades de los mercados y la propia sociedad.

La fotografía del ámbito turístico, por ejemplo, no sería en absoluto igual sin la presencia de PortAventura, que ha ayudado a fijar en el mapa el buen hacer sector, a desestacionalizar la temporada y a mejorar la oferta hotelera y de servicios del territorio. Y si los esfuerzos para captar cruceros, asociarse sin complejos a la marca de dimensión global Barcelona con el proyecto Barcelona World o sacar mayor provecho de la oferta gastronó-

mica y las posibilidades del enoturismo dan los frutos esperados, el sector puede vivir en un futuro no muy lejano un nuevo impulso que tendrá un efecto multiplicador sobre el territorio.

Lo mismo sucede con el otro motor económico. La industria petroquímica tarraconense ha man-

tenido su posición líder en España y el sur de Europa gracias a su continuo esfuerzo para encontrar economías de escala en materias tan diversas como la obtención y el tratamiento del agua, la formación o los sistemas de conexión y para huir de las commodities, especializarse y liderar producciones y tecnologías de más valor añadido. Una línea de trabajo en la que cada vez están implicando a más agentes del territorio (universidad, centros tecnológicos, Port, sindicatos, ...) y que pasa por fomentar las dinámicas no de sector sino de clúster así como por la máxima eficiencia en el uso de los recursos, la orientación hacia productos in-

novadores y fruto de la investigación.

cepción tal vez del boom del Priorat, aún no hemos visto pero que quien apunta ya que con el apoyo y enfoque adecuado podemos ver en el sector oleícola. Son solo algunos ejemplos del potencial de este territorio que debe poner en valor todos sus activos, arriesgar, interactuar y generar sinergias para ganar la gran batalla de la competitividad. Por un lado, la Universitat Rovira i Virgili, una universidad veinteañera aún pero básica para formar al talento necesario para afrontar los desafíos de futuro, que ya ocupa al tercer puesto en cuanto a la calidad de los resultados de investigación y dispone de centros tecnológicos referentes diversos campos de la I+D+i y de la transferencia universidad-empresa. Por otro, con algunas infraestructuras de primer nivel como el Aeroport de Reus o el Port, que deben mejorar en breve con la conexión ferroviaria europea y en el futuro con la ZAL y la intermodalidad. Y, por último, y tal vez más importante, su sociedad civil, a menudo poco estructurada y activa pero que debe tomar conciencia de que quien quiere puede y que hay que dejar los discursos victimistas y las batallas de ‘campañar’ para pasar a la acción si no queremos que construyan nuestro futuro desde fuera.



El territorio debe poner en valor sus activos, generar sinergias y dejar los discursos victimistas

novadores y fruto de la investigación.

Y que decir del sector agroalimentario. Un amplio sector que incluye desde la agricultura ecológica a la producción de vinos pasando por la elaboración de alimentos que más allá de una función nutritiva tengan propiedades saludables. Una actividad que también está apostando por la I+D+i y cuya eclosión, con la ex-


Gestiomàtica
Solucions informàtiques

30è Aniversari

Garantia de bon servei i qualitat.



Distribuidor
Autorizado



Servicio Técnico
Autorizado



Plaça del Víctor, 7 · Reus 43202 · 977 338 584 · www.gestiomatica.es



dades & serveis

Assessoria | Laboral | Fiscal | Comptable



Avda. Pau Casals, 9, baixos - 43003 TARRAGONA

Tels. 977 23 81 12 - 23 26 53 - Fax: 977 23 85 64 - 23 77 08

QUÍMICA

Dimensión global y empleo estable

El polo petroquímico de Tarragona es, por su dimensión, su grado de internacionalización y la calidad de su capital humano y producción, el más importante del sur de Europa

Rafael Servent Tarragona

■ Tarragona lidera las exportaciones de la industria química española. Con una tasa de exportación de más del 60% sobre su producción, el polo petroquímico de Tarragona aventaja en más de diez puntos porcentuales al resto del sector en el conjunto del Estado español, que no llega a un 50%, pese a los importantes avances alcanzados en los últimos años, del orden de un 8% anual.

La actual coyuntura de recesión en el mercado local ha empujado a las empresas presentes en el polo petroquímico de Tarragona a buscar nuevos mercados en economías menos perjudicadas, lo que permite mantener su actividad.

Lejos de estancarse o retroceder –y tras un incremento de las exportaciones acumulado

desde el año 2000 que alcanza el 168%–, las previsiones de la industria química de la demarcación de Tarragona para el presente 2013 adelantan un crecimiento en las ventas hacia los mercados exteriores del 10%, en línea con una mayor recuperación de la demanda internacional.

En el año 2010, el valor de las exportaciones del sector químico español aumentó un 23,3% respecto a 2009. En 2011, el incremento fue del 6%, hasta alcanzar los 27.717 millones de euros.

De entre los mercados a los que se dirigen estas ventas, la Unión Europea, con un 62,6% de las exportaciones, es el principal receptor de los productos que salen al exterior. Francia, Alemania e Italia, por este orden, son los países que lideran el rán-

king de la UE cuando tomamos como referencia las cifras del conjunto del sector químico español.

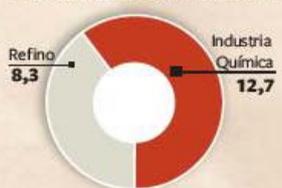
A la UE le sigue América, con un 11,9% de las exportaciones de la industria química del Estado español, seguida por Asia (10,9%), África (4,1%) y el resto del mundo (1,5%).

Liderazgo

Pero no sólo en exportaciones ejerce su liderazgo el polo petroquímico de Tarragona. Sus cifras de producción (Tarragona concentra el 50% de la producción química catalana y el 25% de la del Estado español, que en el segmento de plásticos asciende hasta el 44%) refuerzan la afirmación de que nos encontramos ante el polo petroquímico más importante del sur de Europa.

Producción global

20 Millones de toneladas/año



Peso de la producción en Tarragona

Total estatal



Total Catalunya



JOAN PEDREROL Presidente de la AEQT y director del complejo industrial de Repsol en Tarragona

«La prioridad del sector debe ser potenciar su dimensión como clúster»

Núria Pérez Tarragona

Desde su implantación en el territorio, en los sesenta hasta ahora ¿qué destacaría de cómo ha cambiado el polo químico? El polo ha evolucionado en tres ámbitos: capacidad, especialización y valor añadido. En las últimas dos décadas han habido inversiones importantes que han permitido aumentar la producción de nuestras plantas y transformar algunas de las que ya existían para dejar atrás algunos *commodities* y fabricar productos de mayor valor. En paralelo, el sector ha vivido una reordenación, numerosas fusiones, particiones, ventas y reorganizaciones empresariales y cada una de las empresas ha buscado cierta especialización para competir.

¿Y la AEQT?

La Associació ha evolucionado mucho también y ha sabido aglutinar, defender y resolver los intereses del sector creando sinergias en ámbitos tan importantes como el agua (con Aitasa), el em-

sario conjunto o más recientemente con el tercer carril. Además ha conseguido que la Administración y por ende el conjunto de la sociedad la tomen en cuenta como interlocutor válido en ámbitos como el medioambiente, la seguridad, la formación o las infraestructuras.

¿Cuál es el siguiente paso?

Potenciar su dimensión de clúster. Dar el salto. No se trata de pensar en clave sector sino en clave territorial. Esta industria tiene muchas sinergias con otros agentes: desde las empresas auxiliares adscritas a la AEST al Port de Tarragona pasando por la Universitat Rovira i Virgili (URV), el Institut Català d'Investigació Química (ICIQ), el Centre Tec-

nològic de la Química de Catalunya (CTQC), ... Las empresas del sector deben extender las sinergias que hasta ahora han sabido encontrar para solucionar sus necesidades a otros agentes económicos y sociales del territorio. Divulgar que lo que es bueno para la AEQT es bueno para el territorio y al contrario.

De ser cierto, eso implicaría enterrar las diferencias con el sector turístico. ¿Cómo es hoy la relación?

Comparada con otras épocas, diría que mucho mejor. Ha habido una maduración de ambos sectores y ambos entendemos que todos aportamos valor y que la actividad de uno repercute sobre el otro. Está habiendo diálogo y cada vez habrá más. Tal vez nos falta hacernos la foto pero hay elementos para el optimismo. Los pasos se están dando y detrás del cambio en la dirección general de AEQT que hemos impulsado hay esa voluntad de mayor diálogo y relación con el territorio.

¿Cómo ha incidido en el polo la URV y los centros de investigación surgidos después?

La URV es una cantera muy importante de químicos e ingenieros químicos de nuestras empresas. Responsables de algunas de las principales empresas como Joan Maria García Girona, de Basf Española o Marc Fargas, de Ercros, entre muchos otros, han salido de la URV. Y en este sentido creo que nuestra universidad no tiene nada que envidiar a otras. El reto está más vinculado con el Institut Català d'Investigació Química (ICIQ) y el Centre Tecnològic de la Química de Catalunya (CTQC).

¿En qué sentido?

Estos centros deben orientarse más a resolver las necesidades de las empresas. Deben potenciar su vertiente más útil para las empresas del territorio. Aportar soluciones para que nuestras plantas sean más competitivas a través de la mejora de los procesos y que nuestros productos tengan cada vez de mayor valor añadido.



¿Cree que el sector podrá mantener la dimensión actual a corto y medio plazo?

La evolución dependerá mucho de cómo hagamos nosotros las cosas. Independientemente de los factores externos que evidentemente marcan mucho, si nosotros no hacemos los deberes nadie los hará por nosotros. Por tanto, si sabemos que una mayor eficiencia y una producción de cada vez mayor valor añadido son básicos para garantizar la su-

«
No tomar decisiones en materia eléctrica tendrá consecuencias y responsables»

Muestra de la relevancia de este polo petroquímico es la evolución de la cifra de negocio desglosada por subsectores en 2011 (últimos datos disponibles), donde la Química Básica –de la que el polo petroquímico de Tarragona es líder indiscutible– es, de largo, la que más crece, con un incremento del 11,8%, seguida a bastante distancia por la detergencia y cosmética, con un incremento del 6,5%.

A escala global, el valor de la producción de los polígonos químicos de la demarcación de Tarragona (con el polo petroquímico de Tarragona a la cabeza), supone un 0,75% del conjunto mundial, en un contexto en el que el peso de la producción química de la Unión Europea –y, por extensión, el de la española y la catalana–

está cayendo en términos relativos, superado por el empuje de China.

Empleo

La industria química es uno de los sectores que más empleos genera en las comarcas de Tarragona. A los 5.400 empleos directos que generan las empresas químicas presentes en el territorio hay que añadir otros 4.200 puestos de trabajo proporcionados por las empresas que prestan servicios externos.

Se trata de empleos de alta calidad por su estabilidad y la formación continua que llevan asociada, que permite a las empresas multinacionales con centros de producción en el polo petroquímico de Tarragona ser una cantera de talento para otros centros de producción distribuidos por el mundo.

Inversiones millonarias

En los últimos veinte años, el polo petroquímico de Tarragona habrá recibido inversiones acumuladas superiores a los 3.000 millones de euros, lo cual lo sitúa como un polo petroquímico de dimensión global, que compite de igual a igual con los principales centros de Alemania, Bélgica y Holanda. Buena parte de esta inversión ha ido destinada al mantenimiento y la mejora de las instalaciones existentes, pero una parte nada desdeñable ha tenido como fin la construcción de nuevas plantas y unidades de negocio de alto valor añadido.

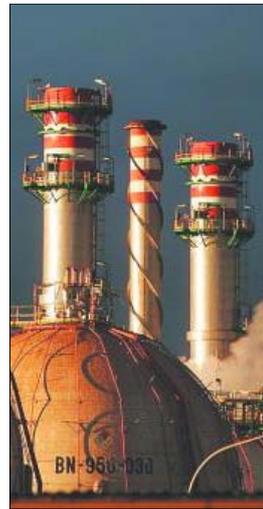
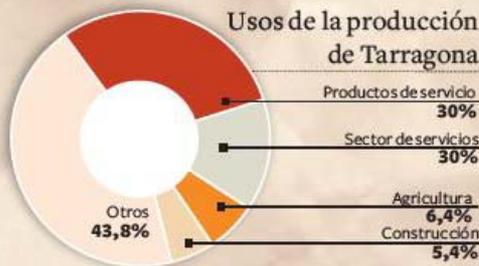


Imagen del polo petroquímico de Tarragona. FOTO: TXEMA MORERA/DT

Un sector industrial sólido

La química gana peso en el sector industrial. Entre el año 2007 y 2010, la industria química fue el único sector industrial que aumentó su cifra de negocio en el Estado español, al pasar de una facturación de 49.743 millones de euros en 2007 a 53.155 millones de euros en 2010, lo que supone un incremento en este periodo del 6,9% –con un crecimiento del 11,4% en 2010 y del 4,7% en 2011, hasta los 55.657 millones de euros–, lo cual la sitúa en el cuarto lugar, en cifras absolutas, entre todos los sectores industriales del Estado español.



9.600

empleos. De ellos, 5.400 son en empresas del polo y 4.200 en empresas de servicios.

15

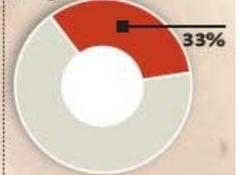
millones de euros. Es lo que generan en impuestos cada año sólo en concepto de IBI e IAE.

Producción de plásticos en Tarragona

Respecto al total estatal



Consumo en los propios polígonos



Joan Pedrerol. FOTO: LLUÍS MILLIÁN

MUY PERSONAL Joan Pedrerol (Vilafranca del Penedès, 1954) preside l'Associació Empresarial Química de Tarragona (AEQT) desde febrero del año pasado. Ingeniero por el IQS, desde abril de 2008 es el máximo responsable del complejo industrial de Repsol en Tarragona, tras la integración de las áreas de química y refino de esta firma en la que trabaja desde sus orígenes. No en vano, empezó a en el sector en 1978 en Paular, una de las cuatro empresas (las otras son Alcudia, Calatrava y Montoro) que dieron lugar a Repsol Química.

se en el sur de Europa. En la actualidad, el 60% de nuestra producción se vende en el exterior y el porcentaje debe seguir creciendo.

Para ello, es básico ser competitivos. El caballo de batalla del sector ha pasado de ser el agua a las infraestructuras y la energía. El Corredor y la solución a los costes eléctricos, ¿llegarán a tiempo?

Eso esperamos. En todo caso, nosotros estamos batallando para ello. El tema del Corredor parece encarrilado. Más preocupante es el problema de los costes eléctricos. No podemos seguir pagando la electricidad más cara de Europa.

Pero será difícil que el déficit de tarifa se resuelva solo repercutiendo los costes a los ciudadanos. Y si se repercuten también a la industria, la factura subirá más...

Nosotros no sabemos cómo hay que solucionar el déficit de tarifa. Lo que sí sabemos y así se lo hemos comunicado al Gobierno

es que si seguimos sin resolver esta situación se cerrarán instalaciones y se perderán puestos de trabajo. Y si eso sucede los costes para el Estado serán mayores porque no solo dejará de ingresar los impuestos y tasas de esas actividades sino que deberá afrontar las nóminas de esos parados. No decidir en este caso también puede tener consecuencias y alguien deberá asumir las responsabilidades.

El shale gas está rebajando costes en Estados Unidos, que está viviendo una reindustrialización. ¿Es otra de las amenazas?

El shale gas lo que supone básicamente es una espectacular caída de los costes de la materia prima y, por tanto, una mejora de la competitividad y un aumento de las inversiones. Desde este punto de vista sí que supone una amenaza pero el shale gas está indicado sobre todo complejos basados en grandes producciones de commodities. Por tanto, vuelvo a insistir como las commodities son los productos que antes otros

«**El futuro pasa por productos de más valor añadido y por alejarnos de las 'commodities'**

pueden obtener en mejores condiciones que nosotros, nosotros debemos alejarnos y centrar nuestros esfuerzos en innovar y evolucionar hacia productos de valor añadido.

¿Cómo imagina el sector en Tarragona en quince años?

Creo que esta crisis cambia muchas cosas. Habremos pasado de una economía de la abundancia en que pensábamos que los recursos eran ilimitados a una en que seremos conscientes de que los recursos son limitados y, por tanto, la ciudadanía solo permitirá actividades que consuman esos recursos limitados a cambio de que aporten valor. Por eso, a las empresas como a las Administraciones solo nos queda un camino: el de la eficiencia.

pervivencia, tenemos que seguir trabajando en esa línea.

Asia y los grandes productores de petróleo están potenciando la industria química en sus países. ¿Cómo puede afectar esta tendencia al sector?

Está claro que se trata de amenazas pero nuestra primera reflexión debe ser que la demanda de productos químicos a nivel mundial sigue al alza y que pese a que los polígonos e instalacio-

nes que se están levantando en esos países son de gran dimensión mientras no funcionen al 100% nosotros debemos seguir creciendo en el exterior y abriendo nuevos mercados.

Por tanto, las exportaciones son la otra receta.

Las primeras empresas químicas que se instalaron en Tarragona lo hicieron con voluntad de suministrar al mercado nacional pero también con la de posicionar-

QUÍMICA

MUY PERSONAL Anton Valero (Riudecols, 1955) es presidente y director general de la multinacional química estadounidense Dow Chemical en España y Portugal, con centros de producción en el polo petroquímico de Tarragona, además de vicepresidente de la Federación Empresarial de la Industria Química Española (Feique).

ANTON VALERO Presidente de Dow Chemical Ibérica

«El capital humano del territorio es de lo mejor que tenemos»

Rafael Servent Tarragona

¿Cómo ha evolucionado el polo petroquímico de Tarragona desde el año 1990?

Cuando miras atrás y ves la progresión que ha tenido el polígono desde el año noventa, claramente ha ido a mejor, con la expansión de los crackers a una escala que como mínimo calificaría de europea, con inversiones acumuladas durante este período de tiempo que en el caso de Dow Chemical suman 1.000 millones de euros, una cifra a la que creo que también se aproximan Basf y Repsol. Con lo que, entre unos y otros, estoy seguro de que se sobrepasan los 3.000 millones de euros.

Habla usted de dimensión 'europea', pero no 'global'...

También lo es en muchas facetas. Cabe destacar, por ejemplo, la evolución durante estos años de empresas que prestan servicios externos, contratas, que se han convertido en este tiempo en auténticas multinacionales que, surgidas en Tarragona y con su sede en Tarragona, hoy prestan servicios a escala global. Y, al revés, también ha venido gente de multinacionales extranjeras a prestar servicios en el polígono. Tiene dimensión global, indudablemente.

Ha tenido esa dimensión y la está peleando. ¿La conservará a corto y medio plazo?

Sí tenemos que mirar el futuro, las cosas están complicadas para la industria europea, en general. En este sentido, Europa está en desventaja competitiva respecto a otras áreas del Planeta, y un ejemplo es el del *shale gas*, que por ejemplo ha permitido a los EEUU que, en tres años, sus costes energéticos se hayan reducido a un tercio de lo que eran. En Europa eso no ha sido así, lo cual, como es lógico, hace que la posición de los europeos ante los EEUU haya perdido competitividad. También ha perdido Asia, que no tiene este gas. Pero en Europa, si a esto le unes la contracción que vive, hace que se encuentre en un momento complicado.

¿Qué sucede en Europa?

Que nos falta decisión. En este sentido, el *shale gas* ha cambiado el panorama en los EEUU. Imagine usted que todo lo que



Anton Valero, en el 'site' de Dow Chemical en Tarragona.

FOTO: LLUIS MILIÁN

mueve la sociedad ahora valiese sólo un tercio de lo que vale. La creación de puestos de trabajo es inmediata. La industria está retornando a los EEUU, desde Asia. Eso es lo que está sucediendo.

¿Por qué no se pone Asia a producir su propio shale gas,



Si en Europa no hacemos algo con la industria, quedaremos relegados en el mundo

entonces?

Lo tendrán en tres, cuatro o cinco años. No disponen de las infraestructuras todavía, pero lo tendrán.

¿Merece la pena entonces relocalizar la industria en los EEUU por tres o cuatro años?

Por supuesto. Es algo que va mucho más allá. En unos cuantos años, los EEUU serán autosuficientes en materia energética, lo cual cambiará sin duda su forma de relacionarse con el mundo. Y si en Europa no hacemos alguna cosa durante este tiempo, nuestro continente quedará sin duda relegado a posi-

ciones mucho más bajas que la que ocupamos hoy.

A lo que se debe añadir nuestra coyuntura particular. ¿Dónde nos sitúa eso en Europa?

Como usted indica, en Tarragona, además, debemos añadir todos los problemas derivados de la política energética del Gobierno. Nos encontramos en una situación de crisis, como en muchos otros lugares de la economía del país, y la única manera es espabilar y salir a buscar.

¿Con qué activos cuenta la industria química de nuestras comarcas para hacerlo?

Fortalezas tenemos, porque estamos integrados como polígono, y además hay una voluntad de encontrar sinergias entre las empresas. Añadiría a eso que contamos con un emplazamiento geográfico que puede ser utilizado como puerta de entrada y salida de Europa. Por último, la calidad de la gente es muy importante, con un entorno universitario que cree en la Química y una Universidad (la URV) que se encuentra entre las 200 primeras del mundo en investigación química. A eso hay que añadir unas escuelas profesionales de muy alto nivel. En este aspecto, el capital humano del territorio es de lo mejor que tenemos.

¿Qué ha supuesto para el polo petroquímico de Tarragona el nacimiento de la Universitat Rovira i Virgili (URV) y los centros de investigación surgidos posteriormente?

Con la creación de la URV hace veinte años ha habido un cambio radical, tanto en cantidad como en calidad, que como le decía ha cosechado un



En este país nos cuesta tomar decisiones, y nuestros costes energéticos son altos

prestigio reconocido internacionalmente que aporta mucho valor, igual que lo aportan centros como el Institut Català d'Investigació Química (ICIQ) o los parques tecnológicos. En el caso de Dow Chemical en Tarragona, por ejemplo, está clarísimo que nosotros somos una fuente de suministro de gente de alta calidad dentro de la estructura global de Dow, y entiendo que sucede algo similar en otras empresas del polígono. El de Tarragona es un cluster multidireccional, en el que interviene la empresa, la Universidad,

las empresas de servicios o el Puerto.

La mirada global es indispensable. ¿Se ha transformado en este tiempo el polo petroquímico de Tarragona en un polo claramente exportador, o esas cifras de exportación se deben a la coyuntura?

La industria química es claramente exportadora, y en el caso de Tarragona todavía más que la media española. Calculo que debemos estar en un 70% de exportaciones. Como usted indica, la industria química aquí nació en su momento, hace más de cuarenta años, para servir al mercado nacional, pero paulatinamente fue empezando a crecer para dar servicio a fuera. Se trata de un proceso de muchos años, y no son nuestras empresas las que se comportan distinto, sino que es el mercado el que lo hace.

¿Contamos con las infraestructuras necesarias para pretender consolidar esa posición global y claramente exportadora?

En este punto podemos ver las cosas desde distintas ópticas. Es lo del vaso medio lleno o medio vacío. A mí me gusta verlo siempre medio lleno, y por eso pienso que cuando una actividad económica crece, entonces se generan más necesidades. La necesidad de infraestructuras que hoy tenemos es en cierto modo positiva, puesto que no es más que el resultado de que nuestro mercado crece, y que nuestros competidores directos, que son europeos y están geográficamente más en el centro, lo tienen un poco más fácil que nosotros, que nos encontramos más lejos.

Por lo tanto, necesitamos el Corredor del Mediterrani, por ejemplo.

Hace unos años, eso es algo que no hubiésemos pensado, porque nuestro mercado estaba en otro lugar, pero ahora son oportunidades que debemos tomar para seguir compitiendo con nuestros homólogos europeos. Hace unos años, hablábamos del agua en el polígono. Ahora hablamos de comunicaciones y de energía.

La pregunta es si cree que llegarán a tiempo para poder seguir compitiendo.

Cierto. Y una respuesta es que en este país nos cuesta tomar decisiones. Desde las administraciones públicas nos han mostrado interés en el asunto del transporte, pero en el tema eléctrico eso no es tan claro. Y, si queremos seguir siendo competitivos a nivel europeo, nuestros costes energéticos no están al nivel que deberían estar.

QUÍMICA

MUY PERSONAL Erwin Rauhe (Castelrotto, Italia, 1955) es vicepresidente y consejero delegado de Basf Española, además de vicepresidente senior del Business Center Europe South y máximo responsable de la actividad del Grupo Basf en el sur de Europa (España, Italia, Portugal, Grecia, Malta y Chipre).

ERWIN RAUHE Vicepresidente y consejero delegado de Basf Española

«Tarragona exporta, y eso sólo se puede hacer porque eres competitivo»

Rafael Servent Tarragona

¿Cómo ha evolucionado el polo petroquímico de Tarragona en los últimos veinte años?

Es difícil hablar del polo petroquímico de Tarragona empezando desde los noventa, porque empieza bastante antes. Nosotros, como Basf, estábamos de los primeros, y en los años sucesivos vinieron más empresas. El resultado hoy es un polo petroquímico con un fuerte desarrollo, por dos motivos principales. El primero es el hecho de tener a todas las empresas agrupadas, lo cual ha permitido optimizar flujos. Además, tenemos la ventaja de que en Tarragona no tenemos duplicidad de plantas.

¿Todas se complementan?

Así es. El segundo motivo que ha permitido el desarrollo de este polo petroquímico ha sido el hecho de que, con mucha visión de futuro, la Generalitat de Catalunya haya decidido ubicar aquí centros como el Institut Català d'Investigació Química (ICIQ), a la vez que ha apoyado de forma clara a las empresas presentes en este polo petroquímico. Este apoyo de la Generalitat es el que ha permitido un desarrollo de la industria química. La suma de la industria, las autoridades, la investigación y el puerto es lo que nos ha permitido ser competitivos.

¿Permite seguir siéndolo en el futuro?

Si miramos al futuro, mucho pasará por este camino que le acabo de comentar, manteniendo la apuesta por unas infraestructuras que nos sirvan de cara al futuro y para que el polo petroquímico de Tarragona sea uno de los puntos de desarrollo de Catalunya y de España.

¿Está este polo en condiciones de competir globalmente, tal y como exige hoy el mercado?

Los polos petroquímicos hoy en día tienen que tener plantas con tamaño global, y no sólo para abastecer al mercado local. El polo de Tarragona exporta una parte importante de su producción, y eso sólo se puede hacer porque eres competitivo. En Europa tenemos diferentes polos, como el de Amberes, que es el más grande, pero pienso que el de Tar-

ragona es el más eficiente y grande del área mediterránea, lo cual claramente abre la oportunidad de que uno de sus primeros mercados sea el norte de África.

¿Otra forma de mirar el corredor ferroviario del Mediterráneo? ¿En lugar de mirar al norte, mirar al sur? ¿O el norte de África es un reto que debe asumir el Port de Tarragona?

Una de las fortalezas que tiene este polo petroquímico es, sin duda, la disponibilidad de un puerto que se puede desarrollar en el futuro. Respecto a estas infraestructuras que usted comenta, entiendo que es esencial una conexión ferroviaria con el resto de Europa, para exportar mercancías, pero también para tener acceso a materias primas que no producimos aquí. En segundo lugar yo incluiría el gasto que supone el coste de la energía.

La electricidad en Tarragona les sale cara...

En estos momentos estamos pagando más que en otros países, clarísimamente, y necesitamos instrumentos que nos permitan reducir ese coste. En tercer lugar está, como usted indicaba, el puerto. Sería bueno que tenga conexiones con otros países del



El polo petroquímico de Tarragona es el más eficiente y grande del área mediterránea

Mediterráneo, como Italia o Turquía, éste último en claro crecimiento.

Hablar de ello suele terminar en un gran bucle: sin demanda no hay oferta de líneas, y sin oferta de líneas regulares no hay demanda... ¿A quién le toca dar el primer paso?

Entiendo que es un tema a tres partes: la industria química, las navieras y el Port. Se tiene que mirar cómo y dónde se puede generar la demanda. La ventaja de Barcelona respecto a Tarragona, por ejemplo, es que tiene Génova. Hay que ver cómo se puede ir al norte de Italia, y también a

países como Argelia y Marruecos.

¿Dónde están las fortalezas de este polo petroquímico respecto a sus competidores?

La parte más importante es el número de empresas que hay en el territorio y la confianza que tiene el territorio en la industria química. El polo petroquímico de Tarragona proporciona estabilidad laboral y desarrollo profesional, porque tenemos un muy alto nivel de empresas, con un código ético y una ubicación geográfica inmejorable.

Ha hablado usted de la importancia del ICIQ. ¿Cómo ha cambiado la realidad del polo petroquímico de Tarragona el nacimiento de la Universitat Rovira i Virgili (URV)?

La URV es un elemento básico para el desarrollo del territorio. Desde los años setenta que hay estudios de Química en Tarragona, pero la creación de la Universidad aquí permite que haya Ingeniería Química desde el curso 1993-1994. En este sentido, las autoridades vieron la importancia que tiene que la gente de la zona salga con la formación para entrar a trabajar en el polo petroquímico.

Talento local...

Pero, además de la URV y del ICIQ, no querría olvidarme también del Centre Tecnològic de la Química de Catalunya (CTQC). Cuando lo sumas todo, aquí se ve una especie de red entre la Universidad, la investigación pura del ICIQ y la empresa, que nos hace muy especiales. El vínculo Universidad-Empresa es extraordinariamente importante, y hace que tengamos un capital humano muy valioso.

¿Lo suficiente como para ser exportadores de talento?

Por supuesto. Tenemos muchísimos profesionales de Tarragona que van a otros lugares del mundo dentro de las empresas multinacionales en las que trabajan, y eso tiene muchas ventajas, porque cuando regresan a Tarragona, aportan los conocimientos adquiridos. En el caso de Basf, por ejemplo, acabamos de firmar un acuerdo para que estudiantes del Ciclo Formativo de Grado Superior de Química Industrial del Institut Comte de Rius

Erwin Rauhe, en una imagen tomada en Barcelona. FOTO: DT



hagan una estancia de prácticas en Ludwigshafen, en Alemania. En estos momentos en los que en Europa nos falta una visión más integrada, es importante tener la visión de otros países, y pensamos que es muy importante este intercambio de experiencia y de culturas.

Conciencia de la globalidad... Ahora vamos a ver el primer cambio generacional en el polígono,



Vamos a ver el primer cambio generacional del polígono, y debemos preparar el relevo

con la jubilación de la gente que entró a trabajar en los setenta, y tenemos que preparar al máximo a los jóvenes que tomarán el relevo.

Nuestro lugar en Europa está claro. ¿Qué futuro le espera a la industria en Europa?

Espero que más allá de lo que han estado haciendo los gobiernos catalanes, entre los gobiernos europeos sea mucho más clara la apuesta por la industria, porque sin ella es mucho más difícil salir de la crisis. En este punto, hay determinadas políticas difíciles de entender.

¿Por ejemplo?

En Europa tenemos el coste energético más alto del mundo, y eso hace que la industria básica se traslade a otros lugares. Europa ha de ser la cuna de la innovación, de los productos más complejos. En países en desarrollo, como la India, encontramos necesidades que ya no tenemos aquí, en infraestructuras, por ejemplo, que pueden dar trabajo para quince años. Aquí, en cambio, lo que necesitamos es más innovación, y espero que Europa no sea la única región donde se ponen trabas.

¿En qué sentido?

Por ejemplo, hay el reglamento Reach de sustancias químicas, que es útil porque ordena, pero luego ha habido cosas como los derechos de emisión, a los que afortunadamente el Parlamento Europeo ha dicho recientemente que no, porque la industria ha hecho los deberes. Necesitamos reglamentaciones, es cierto, pero no con cosas que no tienen que ver con la industria moderna.

En todo caso, el polo petroquímico de Tarragona tiene futuro. ¿Es así?

¡Por supuesto que tiene futuro! Necesitamos dar un mensaje de confianza y positividad, porque es un polo que sigue siendo una gran máquina de generar trabajo.

TURISMO

Exportando identidad y patrimonio compartido

La Costa Daurada ha basado en la diversificación y en la atracción de nuevos mercados emergentes una parte sustancial de su crecimiento como destino turístico

Rafael Servent Tarragona

■ No se puede entender la economía de las comarcas de Tarragona sin su industria turística. Con ella y gracias a ella ha crecido una tupida red de complejidades territoriales y sinergias comerciales, que han logrado aportar riqueza y empleo de forma sostenida desde finales de la década de los sesenta hasta hoy, y que previsiblemente tienen todavía mucho por decir en el futuro.

Sin ninguna duda, nos encontramos ante un sistema exportador, capaz a la vez de impulsar profundos cambios en nuestra sociedad y en nuestras infraestructuras, que ha madurado y evolucionado, pero que para nada ha envejecido mal. Para muestra, el comportamiento que tuvo el destino Costa Dau-

rada durante el pasado 2012 frente a sus competidores catalanes y estatales.

Mientras el número de viajeros en la Costa Daurada aumentaba en un 0,5%, otros destinos acusaban caídas notables, según datos del servicio de estudios del BBVA. Fueron los casos de la Costa de Almería, con una caída del 7,3% en el número de viajeros, de la Costa de Cádiz (-4,7%), de la Costa Brava (-3,2%) o de Barcelona (-2,4%), por citar algunos casos.

La clave está en la diversificación y en el alto grado de internacionalización del sector turístico en las comarcas de Tarragona. Con 2,12 millones de visitantes en 2012 (lo que le sitúa entre uno de los principales destinos turísticos del Estado), la Costa Daurada compensó la caída de turistas residentes en

el Estado español (con un descenso del 4,2% en 2012 y del 13,6% en 2011) con un alza en el número de visitantes no residentes (un incremento del 6,7% en 2011 y de otro 6,7% en 2012), según datos del BBVA.

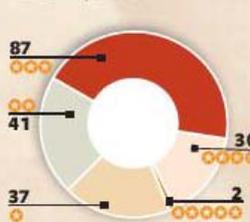
Líderes en el mercado ruso

Por lugares de procedencia, Francia sigue liderando el perfil mayoritario de los no residentes que visitan la Costa Daurada, con un 22% de las pernoctaciones de no residentes en el año 2012, según datos del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Le sigue el Reino Unido, con un 21%, y muy de cerca Rusia, con un 19%.

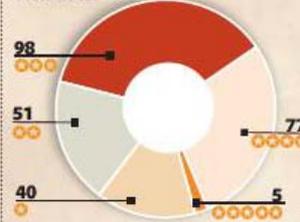
Especialmente significativo es el avance experimentado por este último mercado emisor, que ha sido capaz de adelantar a perfiles hasta no hace mucho

Establecimientos hoteleros en la provincia

Total 2003: 197

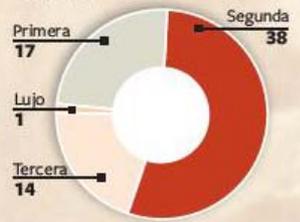


Total 2012: 271



Campings

Total 2012: 70



JOAN VILÀ Director de TUI Travel Accomodation & Destinations

«El Port de Tarragona es un buen destino para cruceros pese a la cercanía de BCN»

Núria Pérez

El sector turístico ha cambiado mucho durante las últimas dos décadas, especialmente con PortAventura. ¿Qué destacaría de esa transformación?

Antes de PortAventura, la Costa Daurada disponía de unas 39.000 plazas hoteleras y solo tres establecimientos tenían una calificación de 4 estrellas. El Aeropuerto de Reus registraba cifras de 120.000 pasajeros, no existía una oferta consolidada para los amantes del turismo de golf ni un gran centro de convenciones ni hoteles de categoría superior a 4 estrellas. Ni siquiera existía un título universitario relacionado con el Turismo.

¿Y hoy?

Actualmente, nuestra oferta de alojamiento hotelero se sitúa por encima de las 65.000 plazas, siendo la mayoría de 4 estrellas. El Aeropuerto ronda el millón de pasajeros tras una inversión de más de 80 millones de euros en sus instalaciones, y disponemos

de un Grado de Turismo en la URV, un Parque Científico y Tecnológico, el Observatorio de la Fundación de Estudios Turísticos, siete campos de golf, un gran centro de Convenciones y dos Palacios de Congresos. Factores como la llegada de aerolíneas de bajo coste al Aeropuerto, la apertura de PortAventura o últimamente el desarrollo del mercado ruso, en el que la Costa Daurada es líder a nivel estatal, han supuesto una profunda transformación y despegue del destino.

¿Cuáles son las fortalezas del sector turístico en Tarragona?

Su ubicación, su patrimonio artístico-cultural, su estupenda oferta hotelera y de servicios, PortAventura y una estupenda red de comunicaciones viarias hacen de la provincia un destino turístico de primer orden. Además de ser una región con una fuerte presencia industrial, factores como la gran cohesión existente entre los empresarios del sector y la sensibilidad de los entes locales públicos frente al tu-

rismo como actividad dinamizadora de la zona hacen que Tarragona sea una región que vive por y para el turismo.

¿Y nuestras debilidades como marca turística?



Se echan en falta cadenas hoteleras internacionales y una mejor ubicación del AVE

Se echa en falta la presencia de cadenas hoteleras internacionales entre la oferta hotelera existente en la zona, y una mejor ubicación de la estación del AVE, apartada tanto de la capital como de la estación de tren principal.

El Port de Tarragona, el Ayuntamiento y otros agentes del territorio quieren explorar el

mercado de cruceros. ¿Ve opciones pese a la proximidad de Barcelona?

El mercado de cruceros está creciendo de forma importante y constante a nivel mundial. Evidentemente, la cercanía de un Puerto de la dimensión e importancia del de Barcelona es un hándicap pero no cabe duda de que el Port de Tarragona es un buen destino para cruceros, ya que tiene unas buenas instalaciones y los turistas disponen de un gran número de actividades atractivas en destino. La reducción de las tasas portuarias es un camino a recorrer con la Administración con el fin de atraer más cruceros a realizar escalas de tránsito en puertos como éste.

¿Qué opina del proyecto y concepto de Barcelona World?

Que la Costa Daurada sea objeto de interés de un grupo de inversores siempre es positivo, aunque me falta información para emitir un juicio sobre el proyecto, ya que faltan por desvelarse muchos detalles sobre el mismo.

¿Cómo ha cambiado Internet el sector?

Ha supuesto una revolución. En primer lugar, ha cambiado la forma de hacer las reservas, que han pasado a ser en su mayoría online. Además, cuando el consumidor quiere hacer una reserva, necesita una confirmación instantánea, no quiere esperar. Esto ha supuesto un cambio operativo muy importante para hoteles e intermediarios y ha provocado el desarrollo de nuevos canales de distribución. En segundo lugar, Internet ha favorecido una gran transparencia de precios y una mayor competitividad, beneficiando al consumidor. Si en Internet intentas vender un producto igual que otro a un precio mayor, no se venderá. Por último, Internet ha impuesto la movilidad. El consumidor quiere acceder a la información, comparar, reservar y compartir toda esa información en sus redes sociales. Todo ello desde un dispositivo móvil y cualquier lugar.

Hablaba de redes sociales, ¿qué destacaría de su impacto?

El nivel de información de que dispone el consumidor es hoy mucho mayor, y desea compartirla junto a sus gustos y aficiones con su entorno familiar y sus amistades, así como con terceros.

Internet es solo uno de los cambios en los hábitos de consumo. ¿Cómo afecta el resto?

por encima, como el holandés (un 13% de las pernoctaciones en 2012), el alemán (7%), el belga (5%) o el irlandés (4%).

Sin rubor, la Costa Daurada puede afirmar que es líder indiscutible del mercado ruso en el Estado español, fruto de una planificación empresarial que arranca muchos años atrás, puramente desde la iniciativa privada. Las estimaciones de los touroperadores calculan que, si Catalunya recibe hoy un 60% de los rusos que llegan al Estado español, entre un 60% y un 65% de ellos van a la Costa Daurada.

La oferta de la extensa y actualizada planta hotelera fue el primer reclamo para este perfil de turista familiar –un perfil que, tras la irrupción en escena de PortAventura en 1995, situó a las comarcas de Tarragona en una posición inmejorable

para competir por él–, pero más recientemente han empezado a sumarse al negocio que generan estos visitantes los apartamentos turísticos repartidos a lo largo de la Costa Daurada, pero especialmente los ubicados en el epicentro de Salou.

El gran reto hoy, además de consolidar esta importante diversificación de perfiles y esta vocación netamente internacional, es dar un paso más allá en la reformulación del destino, creando un producto que sea lo más fiel posible a las especificidades y los activos que proporciona un territorio lleno de riqueza y contrastes, donde el interior (con el Priorat y su oferta enoturística, la ruta del Cister, los calçots, la ornitología del Ebre o el turismo activo de Els Ports, por citar algunos ejemplos), tienen todavía mucho que decir.

Destino familiar

La inauguración de PortAventura en 1995 supuso para la Costa Daurada el impulso definitivo para asociar esta marca al turismo familiar. Desde entonces, no son pocos los municipios de la costa que han impulsado políticas públicas y privadas para dotarse de las infraestructuras necesarias para ser destino familiar.

Algunos –de los cuales Salou fue el pionero– decidieron acreditarse como destino familiar con la correspondiente certificación. Hoteles, cámpings, apartamentos turísticos y restaurantes se han ido sumando durante estos años al 'Family Friendly'.



El Dragon Khan, la montaña rusa que se convirtió en el gran símbolo de PortAventura y uno de los iconos de la Costa Daurada. FOTO: TXEMA MORERA/DT

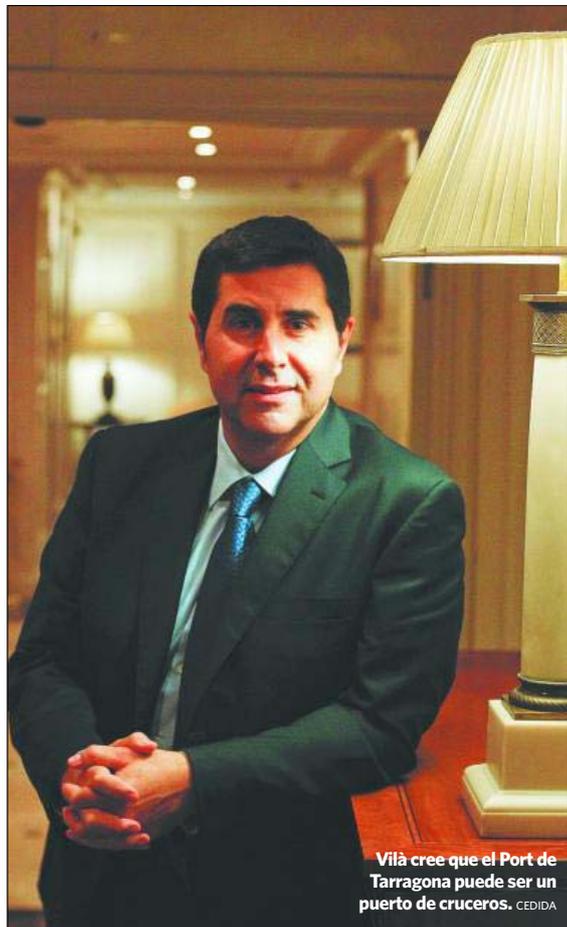
302

Establecimientos de turismo rural

116

Hostales y pensiones

Total plazas hoteleras en 2012



Vilà cree que el Port de Tarragona puede ser un puerto de cruceros. CEDIDA

MUY PERSONAL

Joan Vilà (L' Espluga de Francolí, 1963) forma parte del comité ejecutivo del gigante TUI Travel y es el director general de una de las cuatros grandes áreas de negocio y una de las de mayor crecimiento, Accommodation & Destinations, que el pasado ejercicio ingresó 3.347 M€, emplea a casi 10.000 personas a tiempo completo en 50 países y proporciona servicios de acomodación en hoteles y servicios receptivos en destino con marcas líderes como Hotelbeds, Bedsonline, LateRooms.com o Intercruises.

El consumidor sabe cada vez más qué es lo que quiere y cuánto está dispuesto a pagar por ello. Esto ha fomentado una mayor segmentación de los productos hoteleros y de los tipos de paquetes vacacionales que se ofertan, con el fin de adaptarse a unas necesidades mucho más específicas por parte del consumidor. Los touroperadores concentran cada vez más volumen en menos hoteles, que están dirigidos a segmentos muy concretos de cliente.

¿Y las líneas de bajo coste?

Su desarrollo ha sido también un factor clave para el perfil del viajero independiente. La proliferación de este tipo de compañías ha abierto el abanico de posibilidades y ha provocado que muchos destinos que antes eran difíciles de comercializar, de repente se pongan de moda por un aumento de la accesibilidad.

¿Cómo ve el futuro del sol y playa?

Los destinos de sol y playa funcionan bien porque la demanda

exterior sigue siendo fuerte. También creo que al sector le ha beneficiado positivamente lo que la Primavera árabe ha supuesto en ciertos destinos competidores. Por lo que se refiere al modelo, el sol y playa sigue vigente, si bien el turista cada vez más exige más



La oferta gastronómica, cultural y comercial de la zona de interior no está explotada

a cualquier destino. El futuro pasa por la mejora continua de las infraestructuras en los destinos, la renovación de la oferta hotelera y la seguridad.

¿Cree que está suficientemente explotada la oferta cultural, gastronómica y comercial del territorio?

No creo que no está todavía lo suficientemente explotada en lo

que se refiere a destinos de interior. Nuestra oferta cultural, gastronómica y comercial es tan amplia que, la mayoría de veces, los turistas alcanzan a conocer tan solo una pequeña parte de ella.

¿Qué opina de la política en materia turística?

Soy partidario de poca intervención de los gobiernos en materia turística, básicamente en la mejora de infraestructuras de los destinos y el fomento de la reconversión y la mejora hotelera, siempre de acuerdo a la iniciativa privada. Pese a ello, creo que una reducción de las tasas y los impuestos nos haría mucho más competitivos a nivel global.

¿Y de las políticas de promoción públicas? La marca España, ¿tiene sentido?

Las marcas país pueden ser una buena marca paraguas para destinos pequeños, sobre todo para los de interior. Ahora bien, dudo que destinos como Barcelona, Costa Daurada, Mallorca, Tenerife, etc., necesiten de ningún paraguas para promocionarse.

TURISMO

MUY PERSONAL Josep Francesc Valls (Reus, 1947) es catedrático del Departamento de Dirección de Marketing de la escuela de negocios Esade y experto, entre otras áreas, en Turismo y Comercio. En 1990 creó el Centro de Dirección Turística de Esade, del que fue director hasta septiembre de 2004.

JOSEP FRANCESC VALLS Creador del Centro de Dirección Turística de Esade

«Las comarcas de Tarragona deben ser una unidad, como la Provenza»

Rafael Servent Tarragona

El sector turístico de las comarcas de Tarragona ha vivido profundos cambios. ¿De dónde venimos y dónde estamos?

Si hablamos de Turismo, las comarcas de Tarragona han tenido dos grandes momentos de cambio y de crecimiento que las han configurado. El primero fue entre 1960 y 1975, incluso hasta 1980, cuando se crearon las bases del turismo masivo. Y, frente a lo que creyeron algunos, que afirmaban que no era compatible la Industria con el Turismo, el tiempo nos demostró que sí que lo era. Dicho esto, a este turismo masivo que se creó yo no lo he visto nunca tan intensivo como en otras zonas del mundo.

Desarrollismo y 'Spain is Different'. ¿Qué viene después?

El segundo gran momento es el que va desde 1995 hasta probablemente 2015. Es cuando la Costa Daurada toma impulso de cara a la especialización, en un primer momento con PortAventura y después con Barcelona World, un proyecto con el que nos jugaremos el futuro en competitividad turística. El balance de estos dos periodos es un notable raspado para el primero. No sabría qué nota poner al segundo.

¿Tan trascendental es para usted Barcelona World?

Barcelona World será un éxito en la medida en la que se ha fundamentado en un cluster existente, con PortAventura, pero si no se ajusta a lo que el cliente pide a partir de 2015, entonces no estaremos en la línea de las grandes demandas que habrá en los años venideros. Le estoy hablando de las décadas de los años veinte y treinta. Nos encontramos en un momento clave.

¿Dónde está el peligro y cómo acertar, según usted?

El modelo que tenemos hasta ahora de turismo masivo, como le decía, nos da un notable raspado si se suma a PortAventura, que por otro lado no es un modelo autóctono ni de gran atracción, porque es cierto que es el único rentable en el Estado, pero con tres millones de visitantes no es ningún éxito en comparación con los parques de los EEUU.

¿Entonces?

No han llegado a sacar un nivel de competitividad como hace



Josep Francesc Valls, en la escuela de negocios Esade. FOTO: CEDIDA

falta. Barcelona World es la guinda del pastel, pero me provoca un poco de nervios, porque me da la impresión que estamos pensando más en un parque del pasado que no del futuro.

¿Por qué?

Se habla de tematizar con continentes, de juego, de espacios cerrados. Yo no veo que las demandas sean hoy éstas, sino más bien que la gente vendrá para estancias cortas, para salud y cuidados, para gastronomía, incentivos vitivinícolas, turismo cultu-



Con Barcelona World nos jugamos el futuro en competitividad turística

ral, turismo de interior... Todo esto lo tenemos aquí de sobras, pero en lugar de construir la puerta de entrada para un viaje hacia el interior, estamos creando estructuras, construcción, más cemento. Y no tengo la certidumbre de que eso sean atractivos principales. Con eso no quiero decir que no debamos incrementar la oferta, teniendo un gran parque residencial, de plazas hoteleras o de apartamentos turísticos, sino que debemos pensar en hacerlo distinto.

¿Cómo?

Construyendo una obra lo menos intensiva posible en cemento, que se base en lo que ya tene-

mos, lo cual nos hace más sostenibles y nos enriquece. Y eso se logra cuando yo me creo que lo más autóctono que tenemos debe ser nuestra oferta. Podríamos tener una oferta de salud y cuidados del cuerpo importante. Los turistas vendrían atraídos por estas nuevas infraestructuras, que a la vez ayudarían a visitar el territorio, no a hacer cautiva a la gente en esas infraestructuras, porque entonces es cuando damos poca rentabilidad al territorio.

Cambiar el 'all included' y sin moverse del resort...

Hay que ofrecer el territorio y el patrimonio para su disfrute, y eso es lo que da rentabilidad y valor al territorio.

¿Y a quién le toca liderar eso?

El liderazgo hoy le compete al sector turístico, con el sector público apoyando. Ellos son los que deben tomar la iniciativa y redimensionar en base a algunos modelos de planificación

Hay un segmento de la industria turística a la que le ha ido notablemente bien. ¿Por qué iban a volcar sus esfuerzos en promover el interior?

Para mí, la respuesta es el nivel de rentabilidad. Cuando yo comparo la rentabilidad de zonas turísticas como la Toscana o la Provenza con otras, la cuestión es por qué tengo que pagar en esos destinos mucho más que en otros por un apartamento turístico o una casa rural. Y después, lo que veo es el índice de sostenibilidad, de

satisfacción, de gente dispuesta a gastar más.

Pero eso no es turismo masivo, que es lo que tenemos aquí...

No crea. Hay una parte de la Provenza, la marítima, que no la veo tan distinta a lo que tenemos aquí, donde gozamos de un litoral con kilómetros de playa y un traspas extraordinario. La cuestión se limita a si hay una rentabilidad superior, o no. A si se tiene una destinación que, pese a ser masiva, tenga unas características determinadas. Y la respuesta es sí o no.



El comercio en las comarcas meridionales ha tenido un bache, pero ha competido

Entiendo que, en el caso de las comarcas de Tarragona, la respuesta ahora es no. Ni Toscana ni Provenza. ¿Tenemos capacidad para llegar ahí?

Desde este hilo de destinaciones de calidad y sostenibles, tenemos que ver cuáles son los elementos atractivos, como la monumentalidad o la gastronomía. Yo haría un llamamiento para repensarlo con criterios unitarios, intercomarcas, que abarquen todo el territorio. Para mí, toda la demarcación de Tarragona es una unidad, tan bonita como la Provenza o la Toscana, con riqueza interior y de costa, y alguna marca reconocida a nivel in-

ternacional. Ahora tenemos la oportunidad de decir qué tenemos entre todos, y ponerlo en común. Se trata de ofrecer un producto holístico para el cliente europeo.

¿Cómo hacerlo?

La clave es la innovación. Es ponerse a trabajar en cómo pasamos del notable raspado al excelente, innovando en el producto que piden los clientes. Primero, debemos aclarar qué producto tenemos, y luego ver las maneras que hay para presentar el producto, con instrumentos como Internet, con redes sociales.

Y ese proceso de análisis y cambio debe liderarlo el sector privado. ¿Es así?

Así es. Es lo que han hecho los empresarios de la Costa Brava, que en pocos años han creado el liderazgo gastronómico mundial. Y ha sido posible porque el sector privado se ha puesto de acuerdo. En las comarcas de Tarragona, en cambio, no veo que haya ni una previa de partenariatado, ni siquiera un intento.

Pongamos que hacen ese proceso y ganan rentabilidad. ¿Ganan desestacionalización?

Hay algo importante, que es una fase posterior al turismo. Aún manteniendo la capacidad de atracción del territorio, hemos de generar negocios que no dependan exclusivamente de la capacidad de que venga gente. Son otros negocios: internauticos, relacionales, de innovación. La llegada de gente nos permite ir teniendo otros negocios.

¿Por ejemplo?

Por ejemplo, en el Priorat han desarrollado la producción de vino, que han logrado internacionalizar, pero en cambio, comparado con el Penedès o Burdeos, la capacidad de atraer clientes es muy baja. Le queda todavía una fase mucho más brillante. Por supuesto, una destinación de más calidad requerirá un comercio de más calidad. En este sentido, en Reus tenemos la oportunidad de que esos turistas no vayan a comercios de baratijas, pero necesitamos más.

Menos sombreros mejicanos...

El comercio en las comarcas meridionales está en un proceso donde se está acabando de planear su futuro. Ha tenido un bache con las grandes superficies, pero se ha enfrentado a la competencia. La garantía de futuro será tener una dimensión mayor, con varias tiendas, y que acaben fructificando las destinaciones de calidad. A Reus no le veo peligro, y tampoco al centro de la ciudad de Tarragona, pero en Salou estaría bien que hubiese diez o quince comercios de muy alta calidad, para competir.

Xabi Alonso para Emidio Tucci.

SPRING
COLECCIÓN
BLACK

Emidio Tucci®

SOLO EN El Corte Inglés

LOGÍSTICA

Aspirando a ser el nodo logístico del sur de Europa

La conexión ferroviaria con ancho internacional supondrá un revulsivo para un sector penalizado durante muchos años por el déficit en infraestructuras

Núria Riu Tarragona

■ La ubicación estratégica de Tarragona, en la confluencia entre el corredor al centro peninsular y el eje mediterráneo, han sentado la base de un nodo logístico que aspira a ganar relevancia a nivel internacional. A este posicionamiento hay que añadirle el crecimiento del Port de Tarragona y de un tejido industrial y logístico que ha apostado por un territorio que no ha resuelto sus carencias en cuanto a infraestructuras.

El Port de Tarragona es el corazón de este nodo, además de ser puerta de entrada de buena parte de las materias primas que utiliza la industria del territorio. Esta infraestructura ha incrementado progresivamente su tráfico, hasta convertirse en el cuarto puerto español. Éste se

ha posicionado como puerto de referencia en sectores como el agroalimentario o los productos químicos, y aún ve potencial de crecimiento en cuanto al tráfico en general o los contenedores.

Desde 1990 se han doblado los atraques en el puerto tarragonense (de 7.470 a 15.250) y esta infraestructura prácticamente ha multiplicado por dos su superficie. Esto se explica a partir de inversiones como los muelles de Andalucía y de la Química, pero también a partir de la diversificación de tráfico.

Más allá del puerto, el crecimiento del sector logístico se inició con el cambio de década. Y, sin lugar a dudas, el proyecto con más incidencia fue la apuesta de Ikea por Valls. En 2003 la multinacional sueca del mueble apostó por la capital del

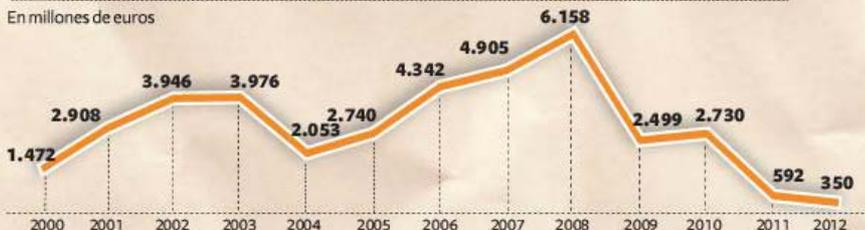
Alt Camp para abrir su primer centro de distribución en la Península. Éste arrancó con 72.000 metros cuadrados de superficie y 64 trabajadores. La expansión de la compañía en suelo tarragonense no se detuvo aquí. La firma levantó dos nuevas naves, que en total permiten gestionar 2,8 millones de metros cúbicos de mercancías al año, y que han convertido Valls en el centro de distribución del sur de Europa.

Paralelamente, entre Tarragona y Reus, empezaba la urbanización de uno de los mayores centros logísticos de Catalunya. Con más de ochenta hectáreas de suelo, el CIM del Camp dinamizaba una zona con unos accesos inmejorables.

En materia de infraestructuras, las historias de éxito son escasas. No obstante, si hay que enmarcar una fecha ésta es el

Licitación oficial obra civil pública Catalunya 2000-2012

En millones de euros



JORDI MIARNAU MONTSERRAT Presidente de Comsa Emte

«El sector privado no entrará en la cofinanciación de infraestructuras»

Núria Riu Barcelona

¿La burbuja ferroviaria que ha vivido el país era sostenible?

La licitación en obra pública en 2007 llegó a los 40.000 millones, mientras que en 2012 fue de 7.000 millones. Hemos pasado de una situación boyante, con mucho trabajo, a una situación dramática. El ferrocarril ha resistido, porque si hablamos de ciclos de quince o veinte años, es el último que ha despegado. En el contexto actual, y mirándolo en perspectiva, es fácil afirmar que no era sostenible.

¿Y, realmente, lo ve así?

Seguramente sí, pero también ha faltado rigor con las entidades bancarias. Algunas infraestructuras no se utilizan en pleno rendimiento pero al menos están ofreciendo un servicio.

¿Por qué se ha priorizado el alta velocidad de viajeros cuando se ha comprobado que es un servicio que no es rentable económicamente?

El transporte de mercancías representa unos 400 millones, esto quiere decir que no estamos hablando de mucho volumen. Las inversiones en infraestructuras son muy costosas y, cuando pretendes priorizar las mercancías, también te encuentras con muchas dificultades como son las presiones desde la carretera. ELAVE en determinados corredores es interesante y tiene una alta ocupación. Es una inversión que no podemos juzgar en dos años. Y lo vemos en Francia, que nos lleva treinta años de ventaja.

Las críticas que se hacen sobre la gestión dejan al margen el potencial técnico y tecnológico que se ha desarrollado alrededor de estas infraestructuras, un talento que se está exportando.

Las empresas españolas cuentan con un grado de especialización y experiencia en este sector. La prueba es que estamos licitando obras en Estados Unidos o estamos presentes en el famoso proyecto La Meca-Medina. Por su

parte, Brasil, Polonia y Turquía también prevén desarrollar alta velocidad. El ferrocarril para distancias de más de 300 - 400 kilómetros es de alta velocidad o no tiene sentido. Y más con la competencia que suponen las com-



En el contexto actual y mirándolo en perspectiva es fácil decir que no era sostenible

pañías aéreas 'low cost'. Y, en este contexto, las empresas españolas están liderando estos proyectos.

En algo tiene que ser crítico.

Políticamente podría haber más consenso, y que los proyectos no dependan de los ciclos políticos. Cualquier gran intervención en infraestructuras requiere muchos años, por esto debería alejarse de

la política en el momento de la planificación y de su definición. Falta coordinación y planificación político-técnica.

¿Hay síntomas de recuperación?

Con las cifras de desempleo tenemos, resulta complicado que el consumo se recupere. Al final, las grandes partidas en los presupuestos son educación, sanidad, pensiones y el pago de la deuda, muy por encima de la inversión en obra pública, a pesar que, ésta queda y empuja un motor que hace que la rueda siga girando.

¿Cuál debe ser el nuevo paradigma?

Con un presupuesto del 30-35% del PIB, podemos pensar que aún hay margen por recortar, pero también es verdad que aún faltan cosas por hacer. Al final puedes pensar que nos hemos equivocado de prioridades, pero si estrictamente se hubiera hecho lo necesario no habría un reequilibrio territorial, lo mismo ha pasado con las universidades, que las tenemos en todas partes.

¿El reinicio de la actividad llegará con la cofinanciación público-privada?

El sector privado ya ha desarrollado las infraestructuras rentables. Impulsar determinados proyectos, que no generarán un retorno económico, y que se impulsarán por voluntad de servicio, es complejo porque al final es una concesión con una importante subvención por parte del Estado. Desde el punto de vista global la factura es aún más elevada.

El Corredor del Mediterráneo es una de estas infraestructuras a desarrollar con una previsible rentabilidad.

En concesiones de ferrocarril no existen mucha experiencias. Está el Eurotúnel, pero precisamente no es un buen ejemplo a seguir. El peaje o la cofinanciación de infraestructuras tendría que funcionar cuando el usuario puede pagarlas. El caso más claro es el de las autopistas. Las paga quien las utiliza. Los proyectos rentables ya están realizados, y las obras que se hicieron en una segunda generación han quebrado. Por ello veo que no hay muchas por desarrollar. La tendencia en Europa es que sigan financiando los estados, porque es difícil que hayan concesiones público-privadas. A lo mejor con los equipamientos, como las prisiones, por ejemplo, es una forma de avanzar a las necesidades. Pero, en

18 de diciembre de 2006, cuando entraba en servicio la línea de alta velocidad Madrid-Camp de Tarragona. A pesar de que el debate sobre la ubicación de la estación, aún genera ampollas, las cifras de pasajeros son buenas. Más de 3,5 millones de viajeros han pasado por este equipamiento, que un mes después de su puesta en funcionamiento, acabó con el puente aéreo con Madrid.

La gran asignatura pendiente sigue siendo resolver el cuello de botella entre Vandellòs y Tarragona. Unas obras que hacen más de diez años que avanzan a trompicones y que está previsto que acaben en 2015. Un año en el que también se pondrá en funcionamiento el tercer carril en la línea de Castellbisbal a Vila-seca. Este proyecto es la clave que permitirá a corto plazo

zo la salida de mercancías con ancho internacional.

En el ámbito de las infraestructuras por carretera, las principales inversiones han sido el tercer carril de la AP-7, el desdoblamiento de la C-14 entre Reus y Alcover y la circunvalación de la A-7 por Tarragona. Y, aunque estos dos últimos han supuesto una importante mejora para los miles de usuarios que las utilizan, el sabor es agri-dulce ya que, de momento, no hay fecha para acabar con el cuello de botella de La Riba, ni para dar continuidad a la autovía del mediterráneo.

Aunque si hay un proyecto que se ha eternizado a lo largo de estos veinte años este es el de la A-27. A inicios de los noventa ya se hablaba de la necesidad de una infraestructura que este 2013 llegará hasta El Morell.

La revolución de los contenedores

El 22 de octubre de 2010 se inauguró la nueva terminal de contenedores de DP World en el Port de Tarragona. Con una inversión público-privada de 100 millones de euros, abría un horizonte internacional sin precedentes para esta infraestructura portuaria. Con una superficie de 410.000 metros cuadrados, capaz de mover un tráfico de contenedores equivalente a 500.000 TEUs, esta terminal ubicada en el Moll d'Andalusia está operado por la compañía dubaití DP World. El crecimiento futuro del puerto tarraconense pasa por esta infraestructura.

El 'hub' químico del Mediterráneo

La industria química tiene en el Port de Tarragona su principal puerta de entrada en el Mediterráneo. En 2011 el puerto invirtió unos 26,5 millones en la primera fase de acondicionamiento del Moll de la Química. Un proyecto que ha sido una apuesta estratégica del Port para dar un mejor servicio a la industria del territorio. Actualmente se está ejecutando la segunda fase de un proyecto que estará completado este verano. El muelle acabado tendrá 32 hectáreas de terreno y una línea de atraque de 1.200 metros. La inversión total suma 76,5 millones.

Apuesta por la internacionalización

El sector industrial y logístico del territorio ha liderado unánimemente la reivindicación del ancho ferroviario internacional para el transporte de mercancías. Desde la Comisión Europea se ha priorizado el proyecto de un gran eje mediterráneo, que vertebrará todos los puertos. Sin embargo se trata de una solución costosa que, de forma provisional, se resolverá instalando un tercer carril sobre la vía ferroviaria actual. Así lo anunció la ministra de Fomento, Ana Pastor, el 9 de julio de 2012, durante una visita en Tarragona. Se prevé que este 2013 empiecen las obras.

Port de Tarragona

Superficie total m²

1990
2.178.054

2012
3.806.938

Atraques en metros lineales

1990
7.470

2012
15.250

Crecimiento del Port

Tráfico en millones de toneladas



Total tráficos 1990-2012

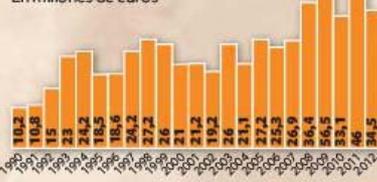
Tráfico en millones de toneladas



Total anual inversiones

APT 1990-2012

En millones de euros



Fuente: Port de Tarragona



Jordi Miarnau Montserrat
preside la
compañía
desde 2003.

FOTO: DT

MUY PERSONAL

La historia de Comsa Emte se remonta en 1891 en Reus de la mano de la familia Miarnau. La compañía nació especializada en los trabajos de vía y renovación de estaciones y ya en la década de los cuarenta la empresa diversificó sus actividades en ámbitos de la ingeniería civil. Desde 2003 Jordi Miarnau Montserrat preside esta compañía que emplea a más de 10.600 trabajadores y está presente 24 países.

estos momentos, no sé si tenemos grandes necesidades en nuevas infraestructuras.

¿Son castillos en el aire?

Más allá de las privatizaciones, no hay proyectos público-privados que se hayan concretado. Se ha apuntado la posibilidad del Corredor, pero lo veo complicado. Quizás si no hay nuevas licitaciones, y no disponemos de actividad, puede intentar esta fórmula. Pero en los últimos años, las constructoras hemos aportado financiación, y no podemos seguir haciéndolo, porque no tenemos esa capacidad.

¿El peso seguirá sobre los presupuestos?

Estaremos algunos años con escasa inversión, pero cuando vuelva será principalmente a partir de los presupuestos. No volveremos a los 40.000 millones de antes, pero al menos que se mantenga sobre los 20.000.

Como sector algo tendrán que hacer hasta que no llegue la recuperación.

La gran apuesta es salir al extranjero. Sudamérica, Polonia son

países con muchas infraestructuras a desarrollar y podemos aportarles una gran experiencia desde el punto de vista del capital humano y tecnológico. A partir de aquí, algunos se están especializando en la energía o los servicios.

¿La asignatura pendiente es sacarle más jugo a la I+D+i?



Existen indicios de que las comarcas de Tarragona deben ser optimistas

Es importante como sociedad que se investigue más, pero en el sector de la construcción es una cuestión que abordamos con el objetivo de ganar productividad y eficiencia.

¿Qué posibilidades ve a la economía tarraconense?

Dentro del contexto actual, en Tarragona siempre hay cosas por hacer. El Corredor del Medite-

rani es una de las iniciativas, al igual que el puerto y su constante crecimiento. Tarragona es un nudo importante de comunicaciones, en el que convive el ocio y el turismo con la industria química. Existen indicios de que el territorio tiene unas buenas perspectivas que nos permiten ser optimistas.

¿La diversificación de sectores ha sido la clave?

Es un territorio que no deja de sorprenderme. Tenemos PortAventura y al lado la zona industrial más potente de Catalunya. Considero que es un acierto que está funcionando. Además hay retos para ser positivos, como son el Barcelona World y los Juegos del Mediterráneo.

¿Qué posibilidades les abren las Smart Cities?

La eficiencia energética es uno de los grandes retos, en los que estamos presentes, pero aún falta que se acabe de concretar. Todo lo que conlleve un ahorro energético, y además genere alrededor una industria y unos puestos de trabajo, debemos tenerlo en cuenta.

LOGÍSTICA

MUY PERSONAL Josep Andreu es Ingeniero Superior por la UPC y diplomado en Dirección de Empresas y Servicios por Esade, además de Màster en Economía de Salud y Gestión Sanitaria por la UPF. Entre 2002 y 2011 ocupó diferentes responsabilidades en la Xarxa Sanitària Social Santa Tecla. Desde febrero de 2011 preside la Autoritat Portuària de Tarragona.

JOSEP ANDREU I FIGUERAS Presidente de la Autoritat Portuària de Tarragona

«La visión del Port de Tarragona es abrirse internacionalmente»

Núria Riu Tarragona

¿Qué aspectos destacaría de la transformación del Port de Tarragona en estos últimos veinte años?

El cambio más destacado se produce desde el punto de vista de visión estratégica. Hasta hace muy poco, el puerto había crecido de una forma ordenada y eficiente, con una visión muy localista y territorial. Sin embargo, la inauguración de la terminal de contenedores obliga al Port de Tarragona a cambiar esta visión y no únicamente para dar una respuesta en eficiencia, sino también una visión más abierta de dimensiones internacionales. Ésta es la línea que estamos trabajando y que nos ha conducido a defender una infraestructura como es el ancho ferroviario europeo o la ZAL. La visión del puerto es abrirse ahora internacionalmente.

¿Cómo puede el Port de Tarragona estrechar su vínculo con el territorio para crear nuevas sinergias y captar nuevos proyectos de inversión?

En esta visión de apertura del puerto y de internacionalización no podemos ir solos. La logística se moverá a partir de grandes nodos globales y Tarragona puede ser uno de estos nodos, incluso a nivel de Catalunya. Es impensable pensar en uno de estos nodos logísticos a nivel de Tarragona impulsado íntegramente por el puerto. Debemos tener una visión de *pool*, integrado también por el polígono petroquímico y las empresas del territorio.

¿Cómo debe ponerse en funcionamiento este engranaje?

La reivindicación del ancho internacional es un claro ejemplo de la demanda de infraestructuras necesarias para el territorio a partir del consenso. A partir del trabajo en equipo, y buscando sinergias de colaboración, hemos formado un grupo que sumando tiene un peso más significativo que de forma individual. Y, con esta visión nueva de la logística, el puerto tiene interés en buscar estas sinergias con el polígono de Valls, por ejemplo, o el área de Torrota.

Muchas de estas empresas aún no ven al puerto de Tarragona como su puerta natural de entrada o de salida de mercancías, ¿sigue siendo una de las asignaturas pendientes?



El presidente de la Autoritat Portuària, Josep Andreu.
FOTO: LLUÍS MILIÁN

En Valls tenemos un gran polígono logístico que parece que le hemos estado dando la espalda durante muchos años. Ahora estamos empezando a impulsar este aspecto, porque el polígono petroquímico es muy importante, pero también lo son estas pequeñas y medianas empresas. Ya sea a través de las asociaciones em-



La asignatura pendiente es buscar sinergias con las empresas de Valls y la zona de Tortosa

presariales, la patronal o las cámaras de comercio debemos encontrar los mecanismos de aproximación. Una de las áreas más descuidadas que tenemos y que creo que el Port de Tarragona no se ha hecho suya es el área de Tortosa. Estamos en conversaciones por establecer líneas de trabajo para dar a conocer el puerto de Tarragona ya que muchas de las principales compañías están trabajando con el puerto de Castelló. Y no es un tema de distancias. Castelló ha sabido hacerse un referente para estas compañías.

Uno de los retos es ampliar el hinterland, pero ¿qué horizon-

te puede marcarse el Port de Tarragona?

Nuestra área de influencia es Tarragona, Lleida, Zaragoza, el Valle del Ebro y la zona norte de Madrid. Lo único que debemos hacer es avanzar y consolidar posiciones dentro de esta área. Este es el gran reto y precisamente de aquí viene nuestro proyecto de puerto seco.

En estos momentos el de Tarragona es el cuarto puerto español, pero ¿es posible subir al tercero o al segundo puesto?

Segundo es más complicado, básicamente por un tema de infraestructuras. Y en cuanto a la tercera posición es cierto que cada vez estamos más cerca de Barcelona, pero aún tenemos mucho camino por recorrer, por ejemplo con los graneles. Aunque ellos también está interesado en este tráfico. La clave, sin embargo, está en la carga general y los contenedores. Barcelona tiene unas infraestructuras de primer nivel, como la nueva terminal de Hutschinson, con capacidad para más de cinco millones de contenedores. Además ellos tienen una masa crítica que nosotros no tenemos, dado que nuestra terminal sólo tiene tres años. No debemos perdernos en el objetivo de ser los terceros, sino en crecer de una forma consolidada y diversificada. Sólo así tendremos la capacidad de minimizar los riesgos en el ca-

so de que pinche un sector. Éste es uno de los principales objetivos, dado que en este sentido estamos ante una situación de cierta fragilidad.

En cuanto al mapa europeo, ¿los puertos del sur del continente tienen capacidad para equilibrar la balanza con los gigantes del norte?



Estamos negociando un acuerdo con la Marina Port para los pequeños cruceros

Con esta visión internacional, ahora se nos ha presentado un nuevo *hinterland* de carácter europeo. La conexión con ancho internacional y la futura ZAL nos abren la puerta de una nueva área de influencia que llega al sur de Alemania, norte de Lión y norte de Italia, y que es muy similar al de Barcelona. Y esto no debe suponer una situación de conflicto porque para los dos es un *hinterland* nuevo. Tenemos que trabajar con visión a medio y a largo plazo, con la visión de gestores de unas infraestructuras. Con esta visión de futuro y de forma conjunta, seguro que sumamos más

que de forma individual. Los ochenta kilómetros de Barcelona a Tarragona no son nada en visión del mercado asiático.

Es lo que pasa en el norte entre Amberes y Rotterdam.

Cierto. Es un claro ejemplo en el que cada uno mantiene su autonomía de gestión pero compartiendo estrategias de crecimiento y de infraestructuras.

¿Y aquí la situación también podría darse?

Creo que sí. El problema es que muy a menudo nos aprieta el corto plazo. Urge obtener unos buenos resultados y la incertidumbre del momento para mantener las masas críticas. Por ello, a corto plazo es un planteamiento difícil. La competencia es feroz, pero en determinados momentos debemos analizar las cosas a medio o a largo plazo. El camino a seguir es el de diseñar puertos secos de forma conjunta así como presionar conjuntamente en la demanda de infraestructuras viarias y ferroviarias.

En cuanto a los cruceros, ¿con qué escenario de futuro están trabajando?

Estamos en una carrera de fondo en la que ahora hemos empezado con una dinámica de trabajo diferente a la de las otras veces. Estamos acabando de definir y de perfilar el producto que queremos comercializar.

¿Y cómo es éste?

Todo apunta que el mercado en el que podemos entrar es el de los cruceros pequeños y medianos, más exclusivos, y que alejan de la gran masificación. En este mercado, desde los 200 ó 300 pasajeros hasta los 1.500 pasajeros, es donde se están generando una demanda y por tanto tenemos las oportunidades

¿Qué capacidad tiene el puerto en cuanto a infraestructura?

Nos movemos en dos escenarios. Para los pequeños cruceros estamos negociando un acuerdo con la Marina Port Tarraco para utilizar sus instalaciones. En esta etapa de arrancada le estaríamos dando un punto de calidad muy importante que nos permitiría consolidar la apuesta. Por otro lado, en el muelle de Llevant tenemos la terminal de cruceros para las embarcaciones de tamaño medio. Nuestras debilidades, independientemente de la proximidad con Barcelona, son que ahora mismo somos unos desconocidos en este ámbito. Pero también es necesario definir aquellas cosas en las que podemos diferenciarnos. Estamos trabajando en vender la Tarraco romana junto con el Festival Tarraco Viva. Y a partir de ahí ya definiremos el mercado al que queremos dirigirnos.

AUTOMOCIÓ

Pendientes de Asia y el coche eléctrico

Las comarcas de Tarragona no cuentan con ningún gran fabricante pero sí con un innovador y disperso tejido auxiliar empleado a fondo en la mejora de la competitividad

Núria Pérez Tarragona

■ La industria española del automóvil se cayó el año pasado de la lista integrada por los diez mayores fabricantes del mundo. Tailandia, Canadá y Rusia adelantaron a nuestro país en este ranking. Una situación preocupante si se tiene en cuenta que es una de las industrias más significativas de nuestro país y su repercusión y efecto multiplicador sobre múltiples indicadores: el empleo (tan importante en un momento con más de seis millones de parados), la tecnología, la investigación, la formación, el transporte y la industria auxiliar.

El principal fabricante de la Unión Europea sigue siendo, con diferencia, Alemania, con más de cinco millones de coches. En el mundo, China es el primer productor, seguido de EEUU, Ja-

pón, Alemania y Corea del Sur. España queda relegada a la duodécima posición, por detrás de Rusia, y por delante de Francia, Reino Unido y República Checa.

La crisis económica en Europa está pasando factura al sector. En 2012, solo se vendieron 699.589 turismos, un 13,4% menos que el año anterior y una cifra muy similar a los 689.076 coches que salieron de los concesionarios españoles en 1986.

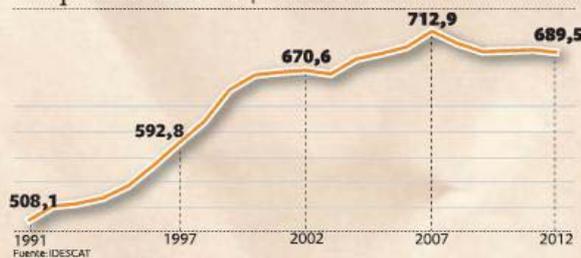
En Tarragona el sector no cuenta con ningún fabricante pero sí con una ingeniería de primer nivel, con pistas de pruebas y tecnología punta que trabaja para todos ellos: Applus + IDIADA que cada ejercicio aumenta facturación en dos dígitos (ya alcanza los 116 millones de euros) y es la primera empresa en proyectos de investigación y desarrollo financiados por la Unión

Europea. Tampoco es despreciable la industria auxiliar del territorio con algunos exponentes destacados como Lear Automotivo de Valls (que es la empresa que ha registrado más patentes en la provincia en la última década), Frapre Behr y Simo en Montblanc, Indústries Teixidó en Riudecols o Saint Gobain en L'Arboç, El Vendrell o Bellvei.

Todos ellos han sufrido en primera persona la crisis de consumo iniciada en 2008 y que el año pasado se tradujo en Tarragona en una nueva caída del parque de vehículos por cada 1.000 habitantes, situada en 689,5 frente a los 712,9 alcanzados en 2007.

Más allá de la evolución económica, el sector se halla a la espera del despegue del vehículo eléctrico, que los expertos descartan alcance una cuota significativa en quince años.

Parque de vehículos por cada 1.000 habitantes



Penetración vehículos eléctricos en 2020

Vehículo	Penetración*
Turismos	10%
Motocicletas y ciclomotores	12%
Furgonetas	7%
Camiones	0,1%
Autocares y autobuses	5%

Fuente: Pla de l'Energia i Canvi Climàtic de Catalunya 2012-2020



EL Nº 1 DURANTE 17 AÑOS SÓLO PUEDE TENER EL MEJOR PLAN.
PLAN PIMA CITROËN.

www.citroen.es



CITROËN JUMPER
DESDE 12.700€^{**+IVA}

CITROËN JUMPY
DESDE 11.850€^{**+IVA}

CITROËN BERLINGO
DESDE 7.900€^{**+IVA}

CITROËN NEMO
DESDE 6.900€^{**+IVA}

PLAN PIMA CITROËN: APROVECHA ESTE MES LOS MEJORES PRECIOS.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



CONSUMO MIXTO (L/100 KM) / EMISIÓN CO₂ (G/KM): CITROËN NEMO: 4,5-6,6/119-152 CITROËN BERLINGO: 4,6-7,1/120-164 CITROËN JUMPY: 6,4-7,1/168-186 CITROËN JUMPER: 7,0-8,7/184-229

Datos matriculaciones DGT comerciales acumulada marzo 2013. *PVP recomendado (oferta y Plan PIMA aire incluido, sin impuestos y sin transporte) Citroën Nemo Furgón 1.4i, Jumpy Furgón HDi 90 27 L1H1 y Jumper Furgón HDi 110 30 L1H1 y que entreguen un vehículo propiedad del comprador. **PVP recomendado (oferta y Plan PIME 2 incluido, sin impuestos y sin transporte) Citroën Berlingo Multispace Attracción VTi 95 para clientes que financien un capital mínimo de 6000€ con una permanencia mínima de 36 meses a través de Banque PSA Finance y que entreguen un vehículo propiedad del comprador. Oferta dirigida a clientes que actúen en el ámbito de una actividad empresarial o profesional según RD Ley 1/2007. Modelos visualizados: Citroën Berlingo Multispace XTR Plus, Nemo Multispace, Jumpy Multispace, Jumper Combi. Oferta no acumulable. Consulte condiciones en www.citroen.es

TARRAUTO
LES GAVARRES

C/JOSEP M. FOLCH I TORRES, 2 - POL. LES GAVARRES - TEL: 977 55 32 70 - TARRAGONA

AUTOMOCIÓ

MUY PERSONAL Carles Grasas nació en 1954 en Barcelona. Es doctor Ingeniero Industrial por la UPC, donde nació IDIADA como Instituto de Investigación Aplicada del Automóvil en 1971, hoy empresa independiente con presencia en 20 países. Grasas fue nombrado director general en 1987. Además es miembro del comité ejecutivo de Applus+.

CARLES GRASAS Director general de Applus+ IDIADA

«Debemos ser ambiciosos y atrevidos. Es la única manera de liderar y diferenciarse»

Núria Pérez Santa Oliva

¿Cuáles son los hitos más destacados de Applus+ IDIADA desde su implantación en Santa Oliva?

En primer lugar, la evolución de Instituto de Investigación Aplicada del Automóvil de la Universitat Politècnica de Catalunya a empresa independiente, primero perteneciente al 100% a la Generalitat de Catalunya y en la actualidad, con un 80% de participación de Applus+. En segundo, el paso de empresa de ensayos y pruebas a ingeniería capaz de desarrollar todo tipo de productos de automoción. En tercero, el crecimiento. Cuando nos implantamos en Santa Oliva en 1992 debíamos de ser treinta y pocos mientras que hoy empleamos a 1.600 personas de las cuales 900 se hallan en nuestras instalaciones de Tarragona y el resto en nuestras oficinas y centros de todo el mundo, en la China, Brasil, República Checa, India o Alemania, principalmente. Lo mismo sucede con nuestra cifra de negocio, que desde los orígenes siempre ha ido creciendo dos dígitos, una media de un 15%, hasta situarnos en una media de 125 millones anuales o con nuestros servicios facturados en el exterior, que ya son un 75%, además de nuestra presencia en veinte países.

¿Cuál ha sido su impacto económico sobre el territorio?

El impacto más directo sobre el territorio ha sido el empleo generado que cada año ha crecido. Tenemos 251 trabajadores en plantilla que viven en el Baix Penedès (sin contar los indirectos), que si ampliáramos a más comarcas limítrofes crecerían hasta 500 y si lo hiciéramos hasta Barcelona o Tarragona se elevarían a 900. Y no sólo a nivel cuantitativo. Más del 50% son ingenieros y licenciados y un 30% técnicos de FP del territorio. No en vano, fuimos promotores y sponsors del ciclo formativo de la rama de automoción que desde hace unos años se imparte en el IES de El Vendrell. Por otro lado, compramos muchos productos de todo tipo a empresas de nuestro entorno: material de ferretería, papelería, entre otros. Además, a través nuestro se contratan 60.000 noches de hotel cada año.

¿Cómo definiría la relación con las Administraciones y el territorio? ¿Qué les pediría?

Nuestro objetivo es convertirnos en la empresa de ingeniería del automóvil número 1 del mundo. Para ello, lo que necesitamos es continuar invirtiendo cada año en talento e I+D, que, en definitiva, son nuestros factores diferenciales. Todo lo que se nos ayude en esa línea será bueno porque nos permitirá seguir creciendo y, hacer país. El resto para lograr ser líderes depende de que seamos capaces de seguir formando y motivando a nuestros ingenieros, técnicos y empleados en general para que estén implicados en el crecimiento de la empresa. Y a nivel general que el contexto económico mundial siga siendo favorable y que España y Catalunya vuelvan a ser mercados que crezcan.

¿Cómo ve el futuro de Applus+ IDIADA?

Trabajamos en dos frentes. Por un lado, acompañando a los clientes tradicionales de mercados maduros en su expansión internacional y entrada en países emergentes. Por otro, ayudando a los fabricantes de mercados emergentes a que sus productos sean



El motor de combustión interna no está tan mal: es eficiente, consume poco y casi no contamina

mucho mejores. Y todo ello siguiendo nuestra propia expansión en China, India, Japón (donde hay mucho recorrido por hacer) o Estados Unidos (donde también podemos dar más de sí).

Por lo que se refiere a áreas de negocio, ¿cuáles son las de mayor recorrido?

Nosotros trabajamos para todos o casi todos los fabricantes de automóviles del mundo en tres ámbitos. En primer lugar, hay un 25% de clientes que acuden a nosotros únicamente para utilizar nuestra pista de pruebas. Otro 10% de nuestros servicios tienen que ver con nuestro papel como

agencia oficial de homologación. El 60% restante recurren a nosotros como partner de ingeniería: para pruebas de ensayo, cálculo, ... Esta última es la actividad con más potencial.

¿Cómo afecta en Europa e incluso Estados Unidos que Asia batiera el año pasado todos los registros en producción y venta de automóviles?

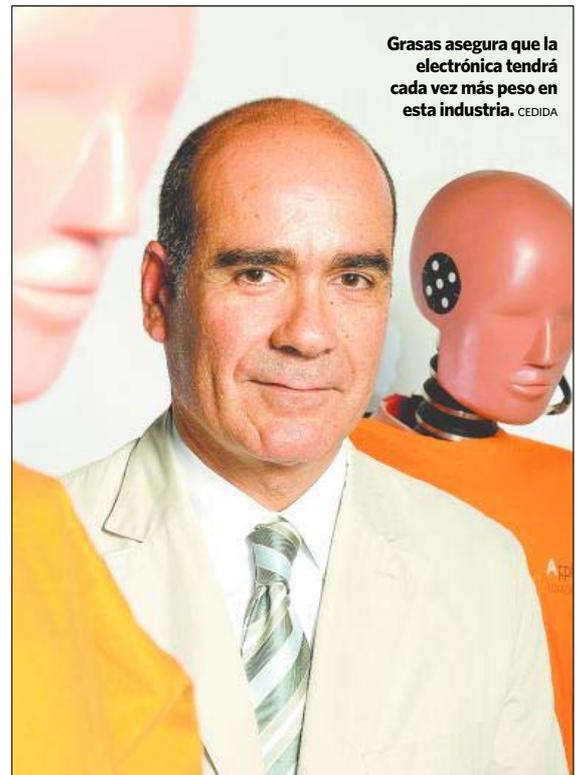
El sector del automóvil a nivel mundial está en pleno auge. Y está claro que algunos mercados de Asia como China o la India representan una amenaza para algunos pero a la vez resulta también una oportunidad para muchos fabricantes europeos, de la industria auxiliar e ingenierías como la nuestra. De hecho, ya hay fabricantes europeos que han empezado a vender con éxito en esos países. La cuestión es tener la voluntad y la ambición de aprovechar estas oportunidades. Si las firmas chinas quieren salir de sus mercados están en su derecho como antes lo hicieron japoneses y coreanos. La mayor competencia va creando eficiencias y reduciendo costes para el consumidor. Aquí lo que debemos es saber mantener las ventajas competitivas que tenemos: explotar nuestro *know how*, apostar por el segmento de alta gama y vender en esos mercados.

España está haciendo los deberes para que esta industria continúe siendo lo que ha sido hasta ahora?

La responsabilidad principal de que esta industria siga siendo un motor económico está en manos privadas. El Estado no puede hacer mucho para que la industria sea más competitiva. El papel principal lo tiene la empresa. Es cierto que hay cosas como la flexibilidad laboral dependen del marco legal pero también de la voluntad y la negociación con los trabajadores.

¿Cuáles diría que son las grandes tendencias en el sector del automóvil?

El coche poco a poco irá dejando de ser el icono que era y pasará a ser lo que es: un medio de transporte. Si en el pasado fue un motivo de distinción social aunque en algunos casos lo seguiría siendo, cada vez resultará



Grasas asegura que la electrónica tendrá cada vez más peso en esta industria. CEDIDA

menos porque lo que la gente pedirá es que el automóvil sea fiable, barato, seguro y confortable. Que sea una especie de prolongación del hogar, que esté bien insonorizado y no haya que pasar calor. Desde un punto de vista más técnico, la electrónica está entrando masivamente. Cosas que antes se hacían de forma precaria llevarán un sistema electrónico detrás.

El coche eléctrico, ¿es el gran cambio del sector a corto-medio plazo?



La gente pedirá que el coche sea fiable, barato y confortable; una prolongación del hogar

El coche eléctrico se irá implantando gradualmente. En primer lugar, porque el motor de combustión interna no está tan mal, es muy eficiente, consume poco y casi no contamina. El vehículo eléctrico comporta otras ventajas. Por ejemplo, donde consume no contamina y el control electrónico es más apropiado que en los automóviles actuales.

Pero todavía se plantea diversos retos...

Sí, por eso su crecimiento no será de hoy por mañana. La autonomía todavía no es suficiente.

Para el uso urbano ya es práctico (sobre todo si se multiplican los puntos de recarga) así como para flotas alquiler de municipios turísticos o islas pequeñas.

¿Catalunya podría liderar la industria del vehículo eléctrico?

Cualquier país desarrollado está preparado y trabajando en el desarrollo del vehículo eléctrico porque representa una oportunidad. China, por ejemplo, no solo se ha marcado unos objetivos ambiciosos de movilidad eléctrica sino que ya lo practica y va muy por delante de muchos países en parque de motocicletas y bicis eléctricas. Y Catalunya haría bien apostando por esta industria, por tener una buena red de cargadores para coches eléctricos así como fomentar acuerdos con alguna empresa de alquiler o *car sharing* urbana para que utilice este tipo de vehículo para su flota de coches más pequeños que son más rápidos de recargar. Creo que debemos ser ambiciosos y atrevidos porque es la única manera de liderar y diferenciarse.

En marzo presentaron el Volar-e, un superdeportivo eléctrico que alcanza una velocidad punta de 300 km/h. ¿Qué destacaría del mismo?

Lo más importante es que es una prueba de que los vehículos propulsados sólo por electricidad no sólo son eficientes sino que también pueden ofrecer altas prestaciones y un alto nivel de sofisticación.

AUTOMOCIÓ

MUY PERSONAL Pese a que su responsabilidad en Nissan le obliga a tener siempre a punto su maleta, el tarraconense Frank Torres (1969) sigue residiendo en su ciudad natal. Torres trabajó 12 años en la ingeniería reusense ASM, cerrada. Desde noviembre de 2011, es consejero director general de Nissan Motor Ibérica y miembro del comité ejecutivo europeo de la multinacional.

FRANK TORRES Consejero director general de Nissan Motor Ibérica

«Hay que apostar claramente por la I+D+i y no decirlo sino hacerlo»

Núria Pérez Tarragona

¿Cómo ha cambiado el sector en las últimas dos décadas?

En los noventa la automoción estaba muy enfocada a la producción y las tareas de más valor se llevaban a cabo en las grandes potencias del sector del automóvil. En la última década el sector ha dado un giro hacia la competitividad, la innovación y la captación de talento. La competitividad como resultado de la necesidad de competir en mercados globales, maximizando la eficiencia de los procesos y negociando con los sindicatos para conseguir flexibilidad. La innovación como motor de crecimiento y diferenciación. Y el talento como vía para innovar.

¿Cuáles son las fortalezas del sector en España?

En España el sector en una situación privilegiada. Somos el segundo productor europeo después de Alemania. Uno de cada diez puntos de nuestro PIB está relacionado con la industria del automóvil, que representa el 18% de las exportaciones totales y ocupa a casi el 10% de la población activa, con dos millones de familias que dependen directa o indirectamente del sector. Todo ello porque España reúne una serie de ventajas que estamos usando: una situación geográfica estratégica, profesionales cualificados que llevan años de experiencia en el sector y que tienen asumida la importancia de la flexibilidad, una red de proveedores de calidad y capacidad disponible.

¿Y las oportunidades?

Continuar apostando por la exportación fuera de España y de Europa y aunque no sea en Rusia o India, mercados cuya dimensión exige proximidad. La otra gran oportunidad es el vehículo eléctrico no sólo porque da respuesta a problemas medioambientales sino por su capacidad para generar empleo y ejercer de motor económico. Catalunya tiene la oportunidad de convertirse en un referente internacional no solo como productora sino como polo de desarrollo de soluciones basadas en el uso de TIC.

Pero también hay amenazas...

Debemos evitar la complacencia y continuar mejorando. Si nos pensamos que ya hemos hecho los deberes dentro de cuatro o



Frank Torres cree que España debe escoger su modelo industrial. FOTO: CEDIDA

cinco años cuando volvamos a renovar nuestros vehículos, otros nos pasarán la mano por la cara. Queda mucho camino por recorrer en la optimización de stocks, la flexibilidad laboral y la colaboración con los proveedores. El único camino para garantizar la competitividad es la flexibilidad y la excelencia. Debemos seguir



Hay mucho por hacer en optimización de stocks, flexibilidad y trabajo con proveedores

añadiendo la calidad y el confort y hacerlo de forma más eficiente en toda la cadena de valor: empezando por el diseño, continuando por el ensamblaje de piezas y finalizando con la entrega. En Nissan ya no pensamos en cómo crecer sino en cómo hacerlo de forma sostenida y sostenible y ello pasa por la I+D+i.

¿Cómo afecta a Europa y EEUU que Asia batiera en 2012 los registros de producción y venta de automóviles?

Los fabricantes debemos ser capaces de ver el mercado de forma global. Hoy la adjudicación de nuevos modelos se rige solo

por una variable principal: la flexibilidad. Y es evidente que desde aquí no tenemos que pensar en vender en Rusia porque hay grandes mercados como el ruso o el chino, donde las grandes marcas deben estar presentes. La reflexión debe ser la contraria: impedir que esas potencias emergentes se queden con nuestra producción porque son tan innovadores o más que nosotros y, a menudo, más competitivos. Prueba de ello es el Gobierno chino, que quiere producir 500.000 vehículos que funcionen con nueva energía hasta 2015 y en 2020 aspira a alcanzar los 2 millones.

¿España está haciendo los deberes para que el sector siga siendo lo que ha sido hasta ahora?

España debe escoger su modelo industrial e insistir en el objetivo no deber ser un país de mano de obra barata. Debemos apostar claramente por la I+D+i y no decirlo sino hacerlo antes de que sea demasiado tarde. El sector ya lo está haciendo pero solo no logrará los frutos deseados. Por ejemplo es cierto que en España tenemos buenas infraestructuras pero eso no quiere decir que estén bien gestionadas y pensadas para reducir gastos logísticos. Y también que tenemos personal cualificado experimentado pero en materia de formación es clave que la Administración

pública tenga una comunicación fluida con el sector.

Flexibilidad equivale a menú de reducir salarios. La competitividad, ¿se basa en mano de obra barata?

Quien piensa o habla así es que no entiende cómo funciona esta industria. El coste de producción representa un 10% del total y la ma-



El coche eléctrico es una oportunidad para Catalunya y para reactivar la industria

no de obra, un 60% del mismo, así que los costes salariales «solo» representan un 6-7% del conjunto. Por tanto, los esfuerzos en este ámbito, pese a ser importantes, resultan insuficientes si no mejoran el resto de costes repartidos entre proveedores (60%), logística (15%) y desarrollo.

¿Hacia dónde evoluciona el mercado del automóvil?

Debemos conjugar la necesidad de seguir produciendo más barato con la de ofrecer al consumidor nuevas sensaciones, valores, y experiencias, en la línea de nuestro lema *innovation that excites*.

Para ello es básico caminar hacia la excelencia y contar con centros tecnológicos punteros que hagan más difícil la deslocalización. No pedimos ni grandes inversiones ni instalaciones. Preferimos que sean pequeñas pero eficientes, económicas y útiles para el sector. Preferimos antes acuerdos a medida (como el que tenemos con la Generalitat y las universidades para la FP Dual o la incorporación de ingenieros formados en buena parte en la empresa), que grandes anuncios,

El sector coincide en que el futuro pasa por el coche eléctrico. ¿Qué evolución prevé?

Nissan apuesta al 100% por el coche eléctrico. La furgoneta e-NV200 se fabricará para todo el mundo en la Zona Franca. Será el segundo vehículo 100% eléctrico que lanzamos tras el éxito del primero, el Nissan Leaf, líder de ventas con más de 55.000 unidades en todo el mundo. A nivel general, su implantación será progresiva y estará muy ligada al desarrollo de la infraestructura, en concreto, de la implantación de cargadores rápidos que permitan reponer la batería en sólo 20 minutos. En este sentido creo que el desarrollo del coche eléctrico es una oportunidad para Catalunya y para reactivar la industria del automóvil.

¿Qué hace falta para lograrlo?

La implicación de las Administraciones es básica tanto para el impulso de campañas de concienciación para fomentar la movilidad sostenible como para el establecimiento de mayores incentivos tanto fiscales en el momento de la compra como para circular por carriles rápidos o taxi. La movilidad eléctrica no es sólo una cuestión económica. Es también una herramienta para hacer frente a los retos de futuro de nuestra sociedad: el crecimiento de las grandes ciudades, la dependencia del petróleo, los niveles de contaminación...

¿Qué opina de Applus IDIADA?

Que es el tipo de instalaciones eficientes y de valor añadido que necesitamos porque resultan una ventaja competitiva. Prueba de ello es que no solo es un proveedor de la factoría de la Zona Franca o de las españolas sino de todo el grupo.

¿Qué supondrá el ancho de vía europeo?

Es una acción más dentro de las que nos pueden ayudar a ser más competitivos como sector aunque como empresa nosotros transportamos el 90% de los coches a través del Port de Barcelona. El tren sólo lo usamos en un 10% de casos para servir a mercados próximos pero para el transporte de materias primas sí puede resultar importante.

AGROALIMENTARIO

Un motor con un largo camino por delante

El sector agroalimentario ha experimentado un salto cualitativo muy importante en la demarcación de Tarragona. Sin embargo, aún hay posibilidades por explorar y éstas pasan por la ciencia y la innovación

Núria Riu Tarragona

La industria agroalimentaria es uno de los principales motores de la economía catalana, y en concreto de las comarcas de Tarragona. Según el INE, en 2011 este sector representó unos ingresos de 23.877 millones de euros en Catalunya. Una cifra que significa un crecimiento de un 124% respecto a 1993. Esta actividad está detrás del 15% de la producción industrial del país, lo que en volumen de negocio lo sitúa por delante de la química y del automóvil. A pesar de la crisis económica, las cifras constatan que la reducción de la actividad es moderada respecto a otros sectores. Esto se debe a un incremento de las exportaciones, que ha permitido mantener el volumen de negocio, las ventas y los ingresos.

En el Camp de Tarragona y Terres de l'Ebre esta actividad está muy vinculada a la larga tradición agrícola. El sector vitivinícola, el aceite de oliva y los frutos secos han liderado una actividad que ha dado un salto cualitativo de forma paralela a la apuesta por la innovación y el conocimiento.

El clúster agroalimentario tarraconense comprende un 12% de las empresas que hay en Catalunya. Por otro lado, la ocupación ha incrementado de forma considerable en los últimos doce años. Y, aunque desde 2010 también se han destruido puestos de trabajo, la caída es muy inferior a la de otras actividades. Según el Observatori d'Empresa i Ocupació de la Generalitat, los tarraconenses que dependían de la agricultura, ganadería y pesca de la indus-

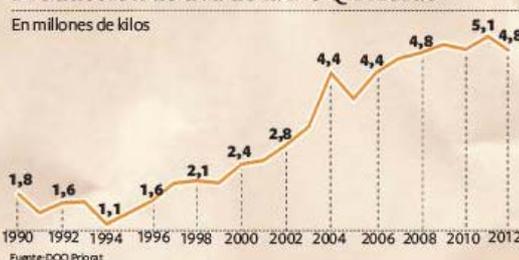
tria de productos alimentarios y bebidas eran 9.123 en el año 2000. Una cifra que ascendió hasta las 15.396 personas en diez años, y que en 2012 se quedó en 14.259.

La clave del éxito de este sector está en la apuesta por la I+D+i. La Escuela de Enología y posteriormente el Parc Tecnològic del Vi (Vitec) han sido piezas fundamentales en el desarrollo y profesionalización del sector vitivinícola. Un campo en el que se ha conseguido el reconocimiento internacional y que puede ser el ejemplo a seguir entre los productores oleícolas. A pesar de la calidad reconocida del aceite de oliva que se produce bajo los estándares de la DO Siurana, aún hay por delante mucho recorrido en cuanto a mejoras en la elaboración y comercialización.

Ocupación en Tarragona



Producción de uva de la DOQ Priorat



RENÉ BARBIER Viticultor

«Lo bueno de la crisis es que podía haberse roto el ADN del Priorat»

Núria Riu Gratallops

¿Qué le hizo apostar hace 20 años por esta comarca desolada?

Para que se entienda tengo que referirme a la historia de mi familia. Ésta llegó a Tarragona en 1880, procedente de Francia, donde la filoxera estaba atacando al sector. Vinieron para comprar graneles y venderlos a sus clientes franceses. Fueron varias generaciones, que se adaptaron a lo que podían, por culpa de las diferentes guerras en ambos países. A partir de la segunda guerra mundial empezaron también a embotellar aquí. Hasta que murió mi padre y me fui a trabajar a La Rioja, pero a la vez quería reconstruir mi pasado vitícola.

La apuesta era crear algo genuino.

Siendo René Barbier, tenía que hacer algo diferente. Con la influencia de la generación del 68, fui a buscar cosas con un valor añadido, en el sentido de pureza, de respeto ecológico, biodiversidad y autovivencia, lejos de una eco-

nomía fragmentada. Puede parecer una tontería, pero ahora volvemos a hablar de lo mismo.

¿Qué le sedujo?

Era un territorio que conocía bien y, aunque era muy pobre, no estaba contaminado. No habían pasado los años 50 y 60, con los abusos que se cometieron. Por otro lado, yo tenía una experiencia que me permitía ver las posibilidades de este territorio. Lo que yo veía es que el vino tenía una personalidad difícil de encontrar en otros puestos. En el mundo real del vino estaba un ADN muy identificado. Esto era fundamental ya que tenía que entrar en un mundo diferente del que conocía. Tenía aquí un ADN perfecto que no interesaba a nadie, porque no era dinero para hoy sino para dentro de mucho tiempo. Un proyecto se hace de la ilusión y del futuro, y sabía que en un futuro este ADN tendría éxito. Era cuestión de paciencia.

¿Cuáles fueron las claves?

No se explica el éxito sin el impulso que dio Lluís Arola, con la Escuela de Enología. Éste fue quien apoyó un proyecto que parecía una quijotada desde la vertiente científica, buscando sobre el territorio la formación.



Sabía que el proyecto vitivinícola tendría éxito, sólo era cuestión de paciencia

¿Significó el punto de inflexión?

Por un lado había la formación, pero ésta no podía ir sin la otra pata, y ésta era la necesidad de enamorar a gente que creyese en este proyecto. La idea era formar un grupo de gente a partir de un pacto. Éste pasaba por creer en este ADN y llevarlo a todo el mundo, en un contexto de complementariedad entre nosotros. Un espacio como este sólo podía existir desde la colaboración, por

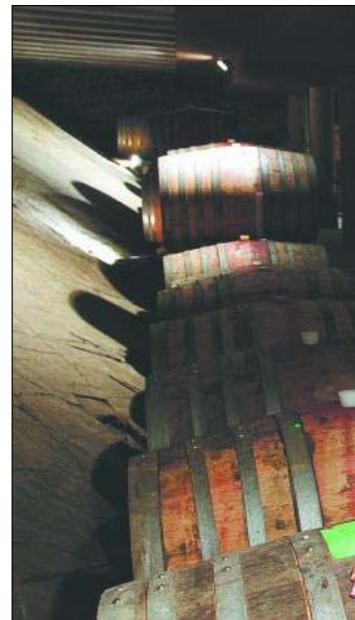
encima de la economía. A partir de este pacto y haciendo una cooperativa de trabajo, que nos garantizaba los medios, empezó todo. Cada uno de nosotros cultivando su 'clos', reproduciendo el modelo de la Borgoña.

Y se lanzaron al mundo.

Si producíamos cuatro vinos, teníamos a cuatro comerciales, cada uno atacando un frente diferente. En este pacto de caballeros, también decidimos que en la época en la que el vino del Priorat se vendía a granel a 40 pesetas al litro, nosotros vendríamos la botella a 1.500 pesetas. Era una comarca muy pobre, que necesitaba a muchos comerciales para vender muy poco vino y le resultaba rentable.

¿Cuál fue el primer éxito?

Cuando un sommelier francés nos dedicó el primer artículo, seis meses antes de la Olimpiada de Barcelona, en una revista, que era como la Guía Michelin, se hablaba de los nuestros como de los mejores vinos. A partir de



aquí nuestros vinos aparecieron en las listas de prestigio, como la del americano Robert Parker.

¿Supuso el detonante?

En cierto modo desencadenó la segunda fase económica en la que mucha gente, del antiguo Priorat, que había cerrado sus bodegas, empezó a reabrirlos. Poco a poco, se construyó una nueva pata que es la de los inversores que empiezan a apostar por

Las DO, un certificado de calidad

El sector del vino y el cava ha dado un salto exponencial en la última década, pasando de la venta a granel a la comercialización de unos caldos reconocidos internacionalmente. Prueba de esta apuesta por la calidad está en el hecho de que a día de hoy los vinos de las comarcas tarraconense se comercializan bajo los estándares de unas denominaciones de origen que en los últimos años se han lanzado a la internacionalización. Sólo en la provincia de Tarragona encontramos las DO Catalunya, Tarragona, Conca de Barberà, Penedès, Montsant, Terra Alta y la DOQ Priorat.

Una apuesta por la ciencia y la tecnología

El Centre Tecnològic de Nutrició i Salut fue creado en 2008 como una fundación impulsada por ACCIÓ, la URV y el Parc Tecnològic del Camp, en el contexto de l'Anella de l'Agroindústria de Catalunya, para dar cobertura a la I+D+I catalana en nutrición y salud. Éste ofrece a las empresas agroalimentarias servicios científicos y tecnológicos en todo el abanico de aspectos que tienen relación con el consumo de alimentos y la salud, muy especialmente en el campo de los alimentos funcionales. Las líneas de trabajo del CTNS incluyen la asistencia técnica, el desarrollo de proyectos de I+D+I y los servicios tecnológicos para las empresas.

Peso de la industria agroalimentaria en Tarragona sobre Catalunya

% sobre el total de Catalunya	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Empresas	12,63	5,88	9,09	22,45	45,21	17,39	8,16	9,52	9,87	23,66
Empresas importadoras	5	0	0	100	0	0	0	7,14	3,70	20
Empresas exportadoras	13,22	1,69	0	62,50	7,69	33,33	20	0	9,52	18,99
Empresas que importan y exportan	7,10	3,92	16,67	0	0	0	0	25	4,62	13,79
Empresas que no exportan ni importan	13,48	6,97	10,71	14,29	57,45	18,33	10	9,72	10,50	26,45
Trabajadores	5,14	5,38	8,68	9,67	8,54	8,85	3,80	5,61	5,47	2,11
Ingresos explotación	3,93	3,92	0	14,54	7,52	1,86	1,61	8,37	3,84	1,99
Importe neto de la cifra de ventas	3,90	3,93	3,81	14,44	7,53	1,86	1,62	8,50	3,73	42,89
Valor agregado	3,96	5,04	4,79	11,63	6,49	2,08	1,81	5,26	4,30	2,01
Resultado de explotación	2,80	8,73	5,04	8,74	1,60	0,05	1,38	3,46	2,92	1,57

FUENTE: Catedra Innova

Nota: 1. Industria de productos alimentario y bebidas; 2. Industria cárnica; 3. Elaboración y conservación de pescado y productos a base de pescado; 4. Preparación y conservación de frutas y hortalizas; 5. Fabricación de productos de molinería y midones; 6. Fabricación de productos de alimentación animal; 7. Elaboración de bebidas.

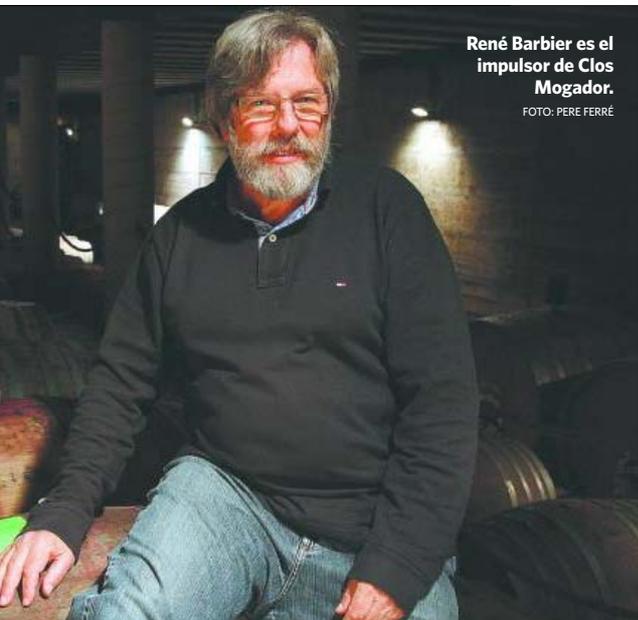
Hectáreas plantadas en la DOQ Priorat



Viticultores



Bodegas



René Barbier es el impulsor de Clos Mogador.
FOTO: PERE FERRÉ

MUY PERSONAL Nacido en Tarragona en 1950, René Barbier forma parte de una saga de viticultores de origen francés. Se inició en los ochenta trabajando en la bodega de Álvaro Palacios en La Rioja y junto con éste Josep Lluís Pérez, Carles Pastrana y Daphne Glorian son los padres espirituales que han hecho del Priorat una de las regiones vitivinícolas más reconocidas del mundo.

te que tiene que subsistir la crisis y, por tanto, no critico a la gente que, para subsistir, rebaja los precios. A un vino que sale de un viñedo de cuatro o cinco años no le pidas un precio del ADN.

Su objetivo inicial era llevar el ADN del Priorat al mundo, ¿qué recorrido les queda?

Lo más difícil no es conseguirlo sino asentarte. Estamos en una época difícil que implica que debemos hacer el mismo esfuerzo y gastarnos lo mismo que en un periodo boyante, pero sin tener este dinero. Estamos en una economía, como mínimo aventurera, que debe convertirse en una economía real. Y, la única realidad, es que el Priorat ha tenido que bajar precios por subsistir. Es normal pero cuidado con esto. Hemos empezado a vender a China y a Japón. Es genial, pero es más esnobismo que realismo. Nuestro país sigue lejos de valorar un Priorat. No nos cuesta nada ir a ver un partido del Barça, cuando consumir una botella de vino nos cuesta lo mismo y en cambio la botella aún no la valoramos lo suficientemente. Estamos dentro de los baremos académicos,

pero no dentro de los de consumo. Si dejamos de esforzarnos y los baremos académicos no corresponden a un modelo de consumo paralelo ya no nos servirán.

Un crecimiento que no se explica sin el apartado académico.

Otro aspecto que ahora también



A veces la innovación es muy tradicionalista y sólo tiene interés en tener un proyecto

está en peligro. Lo único que en estos momentos nos acompaña es el enoturismo. Hasta que no recuperamos el I+D puede suponer una autoestimación del producto. El esfuerzo académico la gente del Priorat lo tiene muy claro. En una empresa pequeña como la mía, el I+D representa más de un 20%. Pero el apartado académico a veces es muy tradicionalista. No es lo suficientemente innovador y

tiene más interés en tener un proyecto que en hacerlo.

¿El modelo del enoturismo aún no está maduro?

Hemos pasado de una base con una estructura nula a una estructura que se está construyendo. No somos California ni La Toscana, pero éramos la región más pobre de España y hemos conseguido construir una atracción. Aún es poco, no por la gente que viene, sino por lo que podría ser.

¿El catalizador puede ser si el paisaje del Priorat llega a Patrimonio de la Humanidad?

Para serlo debemos merecerlo y esto hay gente que lo olvida. El Patrimonio de la Humanidad lo tiene seguro si no hacemos más barbaridades. No se trata sólo de decirlo y de crear una aureola que acaba siendo una frustración, sino que hay que hacerlo. Que el Montsant no esté lleno de molinos de viento ha supuesto muchos conflictos entre nosotros. El punto de inflexión que tenemos en estos momentos es que la gente está esperando que pase y la crisis está esperando que nosotros cambiemos.

el territorio. En cierto modo se genera un fenómeno de economía compulsiva. A nosotros, sin embargo, nos movía la diferencia de rentabilidad del ADN, no la rentabilidad, que aquí es un desastre.

¿Las bodegas que han venido a posteriori han creído también en esta filosofía?

Precisamente ha habido gente que no ha venido con esta filosofía, sino que se ha apuntado al

carro. Son gente que no estaba en el sector o intelectuales que no entienden lo que es el esfuerzo y la falta de rentabilidad. Lo bueno que tiene la crisis es que en un momento dado podría haberse roto el ADN.

¿Por dónde pasa el futuro?

Me siento con la obligación de seguir con lo que vengo haciendo y mejorar el pacto de caballeros de los inicios. Evidentemen-

AGROALIMENTARIO

MUY PERSONAL Lluís Arola Ferrer es catedrático de bioquímica y biología molecular de la Universitat Rovira i Virgili. Especialista en bioquímica de la nutrición, es director del Centre Tecnològic en Nutrició i Salut. También preside el Consell Català de Recerca i Innovació, órgano que asesora a la Generalitat en materia de investigación y desarrollo.

LLUÍS AROLA FERRER Director del Centre Tecnològic de Nutrició i Salut (CTNS)

«Tenemos potencial para ser referente europeo, falta la apuesta política»

Núria Riu Tarragona

¿Cuáles han sido las claves que han posicionado el sector agroalimentario en esta situación de liderazgo?

Es una industria que viene de una tradición agrícola que, a pesar de que está en crisis, sigue teniendo un peso significativo. Los frutos secos y el vino están detrás de algunas de las firmas más importantes, pero en general estamos hablando de un sector muy diversificado, que ha sabido hacer los deberes en cuanto a la comercialización, adquiriendo una solvencia en la forma de hacer negocio, que les ha dado peso.

¿La clave está en que ha sabido innovar?

Una de las claves está en que tenemos un tejido relativamente fuerte y especializado en exportar.

En cuanto a la innovación, no hay una consistencia sólida. El sector agroalimentario apuesta por la innovación para sacar nuevas marcas o formatos, pero no hablamos de innovación a partir de la investigación.

¿Se debe al importante peso que tienen las pymes?

Claro y porque no hay una cultura de aproximación con el mundo universitario. Esto se debe también porque la universidad tampoco tiene este nivel de especialización que tiene en otros ámbitos. En los últimos años se han puesto a disposición unos recursos que han permitido que empiece a funcionar un engranaje. Pero, desgraciadamente, estos se están agotando. Por otro lado, el CTNS ha permitido que muchas de estas empresas vayan entrando en esta dinámica de la

innovación, a partir del conocimiento.

¿Hablar de futuro es hablar de los alimentos funcionales?

La crisis ha desencadenado una competencia feroz a partir de la marca blanca. Esto hace que o produces con marca blanca o debes diferenciarte con los productos de proximidad, ecológicos y de la tierra. Son el equilibrio entre la producción masiva y las etiquetas de calidad, que además de nutrir ayudan a prevenir o a mejorar en el ámbito de la salud. Evidentemente que esto nos conducirá a la nutrición personalizada. Así, a partir de la información que nos da el genoma humano podremos ofrecer unas dietas y unos componentes más adecuados para mantener el estado de salud y un envejecimiento mejor.

¿Una premedicina?

No. Una forma de comer más adecuada según los genes. Las variantes genéticas hacen que respondamos a los alimentos de forma diferente y que según la alimentación y la constitución genética envejecemos mejor. Esto nos conduce que dentro de unos años iremos a comprar con un chip portátil, con la información del genoma, y comprobaremos si un producto es adecuado o no.

¿Los supermercados del futuro nos ofrecerán esta posibilidad?

Yo los veo así. Se está demostrando que la alimentación tiene importancia en el inicio de los cambios que comportan las patologías. En Estados Unidos la alimentación personalizada ya está empezando. Hay gente que

paga de 100 a 300 dólares para que le hagan su genotipo, con las variantes principales. Así los dietistas les puede recomendar los alimentos más adecuados.

¿Cómo se supera la reticencia inicial que supusieron los alimentos funcionales?

Desde la Unión Europea se ha hecho una normativa que regula el etiquetaje de estos alimentos. Hasta el momento, se había trapeado la situación, porque afecta a una industria muy potente, pero ahora podemos estar más tranquilos. Desde la UE se protege al consumidor, y nunca habíamos tenido unos productos tan seguros.

¿Se están haciendo un nicho de mercado en el territorio?

Sí, se está trabajando en ello. No representan el principal volumen de negocio, pero hay compañías especializadas.

¿Qué posibilidades futuras ve?

Depende del sector. En enología se ha trabajado muy bien. Es un sector que ha cambiado radicalmente en los últimos veinte años. Pero, por ello, hacen falta emprendedores y buenos técnicos, que apoyen a los empresarios.

Felicitats Diari

DE TARRAGONA

1990 - 2013 = 1000 edicions

E&N *Economía & Negocios*

DOW

®





Lluís Arola en el departamento de Bioquímica de la URV. FOTO: LLUÍS MILIÁN

Ésta sería una de las carencias de la URV, que no ha acabado de encontrar el camino para formar a los técnicos que la industria agroalimentaria necesita.

¿Éste ha dado todo lo que puede dar de sí?

Hay mucho recorrido, pero sobre todo deberíamos tener ambición. Puede trabajarse más y mejor el concepto de denominación de origen calificada. Aún siguen haciéndose vinos en el Priorat que no valen para nada. Pueden hacerse mejor las cosas a nivel de control de la calidad de los productos, y esto implica hacer las cosas mejor a muchos niveles. Implica unos sistemas de control más estrictos y no es fácil. No debemos perdernos en ser mediterráneos. Lo somos, y esto implica unas fortalezas, pero debemos copiar de los nórdicos en la rigurosidad. En el sector del aceite pasa lo mismo. Aún hay sitios en los que se utilizan aceitunas congeladas.

También hay el aceite que los italianos compran aquí y comercializan como propio.

Está claro. Pero es una dinámica que debemos cuidar, ganando el reto de la calidad. En el caso del vino, hay gente que ha hecho las cosas muy bien. En cuanto al aceite aún no se tiene el rigor que se debería. Hay mucho camino por recorrer.

¿Después del vino, el aceite es el nuevo paso a dar?

Tiene todo el sentido del mundo. Es cuestión de encontrar a los emprendedores y a la gente que invierta el tiempo y la capacidad económica e intelectual para impulsar un modelo de negocio diferenciado, que tímidamente está empezando a funcionar.

¿Lo que falta son los técnicos?

Esto ayuda, pero lo que es determinante son los emprendedores. El sector vitivinícola no hubiese cambiado únicamente desde las cooperativas. Éstas han hecho un excelente trabajo, pero no tienen la facilidad de ser empre-



Iremos a comprar con un chip portátil con nuestra información del genoma

dedoras. El sector vitivinícola cambió cuando unos emprendedores demostraron que podían ganarse bien la vida haciendo un producto de muy buena calidad. Esto con el aceite aún no ha pasado porque aún no han salido los emprendedores que lo impulsen.

La escuela de enología fue el detonante que inició esta apues-

ta por la calidad en el ámbito del vino.

No se si hay gente dispuesta a crear la escuela del aceite, pero a lo mejor sería el detonante.

¿Falta acabar de crearse las posibilidades del territorio?

Tenemos el potencial de construir un polo de referencia en alimentación en conceptos de valor añadido, pero no ponemos los esfuerzos en la misma dirección. Son dinámicas lentas que comportan años, paciencia y esfuerzo. Pero no sé si falta capacidad o visión.

¿A quién recae la responsabilidad de hacerlo?

A la sociedad, aunque son los políticos los que tienen los instrumentos para provocar la catálisis. Se ha intentado, pero falta un empuje definitivo para ser referentes en sectores en los que podríamos serlo. En Holanda el gobierno hizo una clara apuesta para crear el Food Valley. Hoy es el centro de referencia en salud alimentaria. Y lo hicieron a partir de una voluntad política. Querían ser la referencia europea en el mundo de la alimentación, creando un entorno que hoy es referencia mundial. Aquí también se podría hacer. En este sector tenemos el potencial para ser el referente del sur de Europa, pero falta que los políticos se lo crean y hagan la apuesta.

EQUIPAT PER VIURE MILERS
D'EXPERIÈNCIES.

PEUGEOT 208 1.2 VTI 82 CV
PER **9.900€**
AMB PLA PIVE INCLÒS



PANTALLA TÀCTIL DE GRAN FORMAT
VOLANT COMPACTE MULTIFUNCIÓ
INSTRUMENTACIÓ HEAD UP
CLIMATITZADOR MANUAL
BLUETOOTH AMB STREAMING ÀUDIO
CONNECTOR USB/JACK
REGULADOR/LIMITADOR DE VELOCITAT
RETROVISORS I ALCAVIDRES ELÈCTRICS
CONTROL D'ESTABILITAT ESP



Gamma Peugeot 208: Consum mixt (l/100 km): des de 3,4 fins a 5,8. Emissions de CO₂ (g/km): des de 87 fins a 135

I ordinador de bord, i airbags laterals i de cortina, i cinc estrelles EuroNcap... A Peugeot volem que visquis milers d'experiències, experiències que sempre voldràs repetir. Per això ara tens un Peugeot 208 amb tot aquest equipament increïble a un preu definitivament irresistible: 9.900 €.

PEUGEOT FINANCIACIÓ

PVP recomanat a la Península i les Balears de 9.900 € per a un 208 3P ACTIVE 1.2 VTI 82 CV / 60 kW (amb impostos, transport, descomptes i Pla PIVE-2 inclòs) per a clients particulars que financin a través de Banque PSA Finance un capital mínim de 6.000 € amb permanència mínima de 36 mesos i contractin una extensió addicional de la garantia comercial Seguretat Plus Peugeot 2+1 a fins a 40.000 km (el que succeeixi abans) al comptat a per abonament amb obligació de permanència de 36 mesos. Oferta vàlida fins al 31-05-2013. Model visualitzat 208 3p Active 1.2 VTI 82 amb fons antiboira opcional.

PEUGEOT 208

MOTION & EMOTION



JOAQUIN OLIVA. www.joaquinoliva.es

TARRAGONA. Pol. Les Gavarres. Tel. 977 546 222 - REUS. Ctra. Salou km 1. Tel.977 772 111 - TORTOSA. Ctra. Tortosa a l'Aldea km2. 977 511 182

NUTRICIÓN
ANIMAL

Un sector clave en la cadena alimentaria

La actividad avícola iniciada por Granja Banús en 1921 fue la semilla de un clúster empresarial de nutrición y salud animal dominado por capital local, que hoy factura 300 M€ anuales

Núria Pérez Tarragona

■ Hubo un tiempo en que en muchos pueblos las casas tenían un tercer o cuarto piso destinado a buhardillas para gallinero. Era la época en que la avicultura era poco más que un complemento de la economía doméstica agrícola.

Hasta que Ricard Banús Cardeñas, un reuseense afincado desde joven en Buenos Aires y aficionado a esta actividad decidió apostar por ella convencido de que éste podía ser un sector de futuro con el que contribuir al desarrollo de Reus. Fue el origen de Granja Banús, un negocio fundado en 1921 que un par de décadas después se convirtió en uno de los pilares de la economía local con sucesores como las granjas Cruset, Vora Mar, Gibert, Montserrat, Massó, Artiga, So-

ronellas y Vila (que después fue de las más importantes de España). Tanto que en los años 60, Reus fue pionera en el desarrollo de la avicultura industrial en España.

Su legado no fue solo ese. Esta actividad, que alcanzó un esplendor inusitado en el Baix Camp, originó un foco empresarial de nutrición y salud animal, con una facturación anual conjunta superior a 300 millones de euros anuales y 350 puestos de trabajo.

La pionera fue Piensos Hens, creada a finales de los años 50, después de que Francisco Vila fundador de Granja Vila - empezase a comprar piensos a la belga Hens, posteriormente absorbida por la multinacional estadounidense Cargill que en 1994 cerró la factoría de Hens en el centro de Reus.

Setenta años después de su gestación, en el clúster conviven empresas de capital local, como Andreu Pintaluba, SP Veterinària, Industrial Tècnica Pecuarià (ITP-SA) con sede en Rubí y fábrica en Valls (Alt Camp), el fabricante de premezclas de vitaminas y minerales Tecnovit de Alforja (Baix Camp) o el productor de pienso Piensos Procasa con multinacionales como la estadounidense Cargill o la alemana Maviat, que compró el negocio de nutrición animal o la recién aterrizada Novus International, empresa estadounidense con sede en Saint Louis (Missouri), participada por las japonesas Mitsui y Nippon Soda que en mayo de 2010 adquirió el cien por cien de IQF Group, una empresa con capital local con sede en Tarragona y planta de producción en el polígono industrial de Constantí -

3,71%

de crecimiento

La industria española de sanidad y nutrición animal facturó en 2012 más de 1.093 millones de euros, 39,15 millones más que el año anterior.

La industria por comunidades

Cataluña sigue siendo líder en esta industria, seguida de Castilla y León, Aragón, Andalucía y Galicia.

Cataluña	189,73 M€	25,26%
Castilla y León	85,93 M€	11,44%
Aragón	72,34 M€	9,63%
Andalucía	70,09 M€	9,33%
Galicia	62,20 M€	8,28%
Castilla - La Mancha	45,00 M€	5,99%
Murcia	41,62 M€	5,54%
Comunidad de Madrid	39,06 M€	5,20%

ANDREU PINTALUBA I MITJÀ Director general de Andrés Pintaluba SA

«El futuro pasa por nuevos productos dirigidos al bienestar y la salud animal»

Núria Pérez Reus

¿Cómo ha cambiado el sector de la nutrición animal en las últimas dos décadas?

El gran salto en el sector está relacionado con las crisis alimentarias de finales de los noventa. La detección de dioxinas en pollos y cerdos y la enfermedad de las vacas locas provocaron un importante cambio a nivel legislativo con la publicación en el año 2002 de un Libro Blanco de Seguridad Alimentaria. Así, si la década de los setenta fue la de la industrialización y el incremento de la producción (con pioneras y líderes en el territorio como la reuseense Granja Vila), la de los ochenta fue la de la calidad y desde los noventa el sector está muy dedicado a garantizar la seguridad alimentaria e incluso la salud de los animales por medio de una alimentación funcional y saludable. Tanto que un 20% de los aditivos que se utilizaban en la nutrición animal han desaparecido, no

porque fueran peligrosos sino porque los estudios para demostrar su seguridad eran muy caros y ha habido quien no ha podido o querido pagarlos.

¿Quiere decir eso que hoy se exige tanto al sector de la nutrición animal como a la humana?

Sí, bajo el concepto de seguridad alimentaria integral que incluye desde la granja a la mesa, hoy se exigen salas blancas tanto en las naves de las fábricas de medicamentos veterinarios como en las de alimentos. El concepto es que el pienso que comen los animales debe cumplir los mismos parámetros o similares a los del caldo o el yogurt que ingieren los niños. Algo lógico porque la nutrición animal incide en la cadena alimentaria y que todos compartimos pero que como ocurre en otros sectores, al requerirse únicamente en Europa, nos resta competitividad respecto a otros mercados donde los niveles de exigencia de

todo tipo son menores y como consecuencia de ello, también los costes.

¿Cómo está afectando la crisis de la eurozona al sector?

La crisis nos afecta pero no tan-



El concepto de seguridad alimentaria integral incluye desde la granja a la mesa

to por un problema de demanda sino por la continua rebaja de los precios finales y las dificultades de financiación. El mercado de producción de carne en Europa es un mercado maduro y estable con una única tendencia clara, la de caída de los márgenes. El crecimiento se está produciendo fuera de Europa, en el norte de África, Oriente Medio o países emer-

gentes con aumentos demográficos o de renta. En China por ejemplo si en los años ochenta se consumían 14 kilos por habitante y año, en 2005, la cifra ya se elevaba a 50 y en Brasil, el aumento ha sido de 40 a 80, el doble.

Por tanto, es un sector en que los mercados exteriores son cada vez más decisivos.

Sí pero no ahora como consecuencia de la crisis en la eurozona. Nosotros empezamos a exportar hace trece años y hoy estamos presente en 45 países desde Brasil y Argentina, que fueron algunos de nuestros primeros mercados fuera de Europa y donde incluso disponemos de filiales o Rusia, Irán o el estado de Maine, que son los últimos en los que estamos intentando abrirnos paso.

¿Cuáles son los desafíos del sector a nivel general?

Desarrollar nuevos productos dirigidos al bienestar y la salud animal que además permitan



prevenir enfermedades y evitar el uso de medicamentos. De la misma manera que en la alimentación humana cada vez se habla más de probióticos (microorganismos vivos como bacterias y hongos, que administrados en una cantidad y forma adecuadas confieren un beneficio a la salud del individuo), prebióticos (nutrientes que alimentan la flora intestinal) o de áci-

con una facturación de unos 40 millones de euros y filiales en México y China, dedicada a investigar, desarrollar y fabricar aditivos y medicamentos para salud y nutrición animal.

Su contribución explica que Catalunya sea la comunidad autónoma donde, según datos de la Asociación Española de la Industria de Sanidad y Nutrición Animal, Veterindustria, más peso tiene esta actividad que el año pasado facturó casi 1.100 millones de euros, suma 13.000 empleos entre directos e indirectos y produce en torno a 20,5 millones de toneladas de pienso, en su mayoría fruto de la suma de cereales y subproductos industriales (salvados de trigo, pula de remolacha, harinas de extracción de semillas oleaginosas) y en un 5% de los casos de minerales, micro-minerales, vitaminas y aditivos.

Pese a ello, el clúster de empresas de nutrición y salud animal de Reus se enfrenta a nuevos desafíos relacionados con la continua rebaja de los márgenes, las necesidades de sus clientes finales (veterinarios y ganaderos) así como la sociedad en general y las autoridades comunitarias que exigen seguridad alimentaria, respeto por el medio ambiente y bienestar animal. Para afrontarlos, la investigación para obtener productos más saludables y que cumplan los requerimientos europeos, resulta vital. Y por ello, varias empresas han apostado desde el primer momento por formar parte de la Fundación del Centre Tecnològic en Nutrició i Salut de Reus y por la Asociación Empresarial Innovadora de Nutrición y Salud (AINS) impulsada por el mismo.



Gallinas camperas de Ous Roig en sus instalaciones de Jesús. CEDIDA

Las gallinas no estresadas como antesala del bienestar animal

Hace un año, Europa se puso firme con los huevos. Ordenó cumplir una normativa que lleva más de una década sin aplicarse, y obligó a los productores de huevos a mejorar la calidad de vida de las gallinas ofreciéndoles unas jaulas más espaciales o espacio donde campar a sus anchas. Las inversiones que requería aumentar el espacio vital de estos animales (de 500 centímetros cúbicos por cabeza a 750, obligatorio desde enero de 2012, ha conllevado en este primer año de vigencia una reducción en el número de ponedoras y un aumento del precio de la docena, que ha subido un 73% en origen aunque para el consumidor «sólo» lo ha hecho en un 10%, coste que asumen las cadenas de distribución al haber convertido al huevo en un reclamo para vender otros productos.

No es el único sector donde se busca el bienestar animal. Desde enero de este año, fruto de la Directiva comunitaria sobre protección de cerdos, las explotaciones deben cumplir, entre otras, nuevas condiciones para el alojamiento de las reproductoras.

Una tendencia que también tiene su repercusión en el sector de la salud y nutrición animal, que ha pasado a considerarse clave en la cadena alimentaria.

10,65%

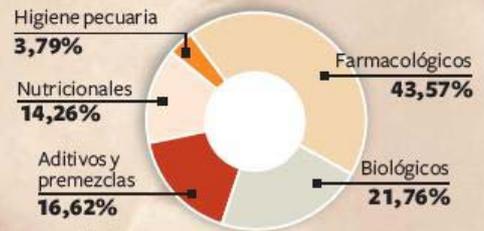
umentaron las exportaciones
La facturación en el exterior alcanzó los 341,9 millones de euros, casi 33 más que en 2011.

La industria por productos

Los productos biológicos son los que más crecen, un 8,33%, sumando 163,46 millones de euros de facturación. Le siguen los aditivos y premezclas, que aumentaron sus ventas casi un 5%. En el extremo opuesto se sitúan los productos de higiene pecuaria.

Farmacológicos	327,33 M€	-1,31%
Biológicos	163,46 M€	8,33%
Aditivos y premezclas	124,82 M€	4,92%
Nutricionales	107,14 M€	-5,12%
Higiene pecuaria	28,43 M€	-6,68%

Peso por productos en el sector



Asdfj as j. FOTO: PERE FERRÉ

dos grasos esenciales, insaturados y saludables Omega 3, en la nutrición animal está sucediendo lo mismo.

¿Y en clave local? En Reus y alrededores hay un importante clúster de alimentación y salud animal desde hace más de treinta años.

La gran sinergia del clúster del territorio es el Centre Tecnològic

en Nutrició i Salut (CTNS), una fundación que ofrece a las empresas agroalimentarias servicios científicos y tecnológicos en todo el abanico de aspectos que tienen relación con el consumo de alimentos y la salud, cuyo concepto no existe en Europa. Tener el CTNS en Reus es un lujo como lo es desde hace años para el sector disponer en el territorio de una sede del Insti-

MUY PERSONAL Además de presidente de la Fundació del Centre Tecnològic en Nutrició i Salut (CTNS), Andreu Pinaluba i Mitjà es director general de la firma reusense Andrés Pinaluba, fundada en 1978 y cabecera del Grupo Pinaluba, que forman 12 empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de aditivos para la nutrición animal así como fármacos veterinarios, emplean a 98 trabajadores y en 2012 facturó 135,1 millones de euros frente a los 126,7 millones de 2011.

tut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA). Por lo demás, no podemos ser localistas. En Europa ya estamos colaborando para repartirnos los costes de los nuevos estudios que nos requieren las autoridades comunitarias en materia de seguridad.

¿Cuál es el grado de aceptación y conocimiento del clúster?

En el pasado cuando había dinero creo que podemos decir que se nos dio el apoyo que queríamos. Ello no quita que muchas empresas locales pensemos que la Administración acostumbra a priorizar la captación de empresas extranjeras en lugar de preservar las locales así como las más intensivas en mano de obra, que a menudo son las más proclives a la deslocalización.

¿Cómo les están afectando los recortes en materia de I+D+i? Hasta el momento debemos reconocer que uno de los mayores incentivos a la I+D+i era de tipo

fiscal y, de momento, estos se mantienen más o menos estables. Por lo que se refiere a equipamientos como el CTNS, esperamos que la Administración pública siga manteniendo un nivel estable de aportaciones que cubran los costes operativos.



Tener el CTNS en Reus como lo es desde hace años tener una sede del IRTA es un lujo

El CTNS logró el apoyo inicial de varias empresas del territorio. ¿Qué balance hace de sus casi cinco años de funcionamiento?

Su principal logro hasta ahora es el de aglutinar tareas y facilitar la I+D+i a las empresas del territorio pese a no disponer de una ubicación e instalaciones adecuadas para un centro tecnológico en nutrición y

salud hasta hace apenas unos meses.

¿Cuáles son sus asignaturas pendientes?

Las asignaturas pendientes, yo diría que son dos. Por un lado, que las empresas del sector se convenzan de que el Centre Tecnològic en Nutrició i Salut puede ser una parte de su departamento de investigación y desarrollo. Por otro, que la fundación pierda un punto de universitaria.

Y por lo que se refiere al capital humano y talento del territorio, ¿cuáles son las carencias?

Nuestra carta a los reyes incluiría las licenciaturas de veterinaria, farmacia y biología. Las ramas de la industria agroalimentaria y la salud humana están cubiertas con Bioquímica y Medicina pero la de la nutrición y salud animal no, pese a la importancia desde hace más de tres décadas de este sector en algunas de nuestras comarcas.

ENERGÍA

Entre la eficiencia y el déficit de tarifa

Tarragona ha concentrado hasta ahora el grueso de instalaciones productoras de energía de Catalunya. Su evolución dependerá de la necesidad de reducir consumos y cubrir costes

■ Tarragona produce el 70% de la energía que se genera en Catalunya, un desequilibrio que el Pla d'Energia 2006-2015 no sólo no resolvía, sino que acentuaba con la instalación de nuevas centrales productoras de energía eléctrica. Ahora, el nuevo Pla d'Acció 2012-2015 -dependiente del Pla de l'Energia i Canvi Climàtic 2012-2020-, tiene una oportunidad para nivelar esa desproporción.

La mayoría de proyectos del Pla d'Energia 2006-2015-centrales térmicas y eólicas-se concentran en las comarcas del sur de Catalunya y sus fronteras con las de Ponent, lejos de donde se realiza el consumo, que es sobre todo la zona metropolitana de Barcelona, por una evidente cuestión de peso demográfico, pero también industrial. Este modelo energético centraliza-

do hace necesario un sistema de transporte y distribución de la energía eléctrica poco eficiente, con las pérdidas derivadas de la distancia entre el foco de producción y el de consumo.

En el Camp de Tarragona y Terres de l'Ebre es donde hay más potencia eléctrica instalada de Catalunya con unos 3.600 MW, lo que significa cerca del 70% de la energía eléctrica que se genera en la comunidad.

La demarcación de Tarragona es la gran toma de corriente a la que se conecta el conjunto de Catalunya. Por el contrario, el consumo de energía en las comarcas de Tarragona apenas supone el 13% del conjunto de Catalunya, de nuevo en consonancia con el peso demográfico e industrial de este territorio.

El Pla d'Energia 2006-2015 preveía la sustitución de algunas

energías convencionales como el carbón o las centrales de fuelgas y gasoil, así como el mantenimiento de las centrales nucleares existentes (las tres ubicadas en la provincia de Tarragona) y multiplicar por 3,5 la electricidad procedente de centrales eólicas.

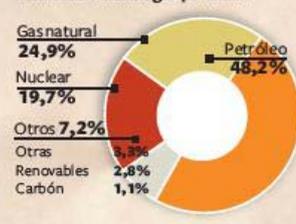
La reducción de emisiones de carbono y la apuesta por un mayor peso de las renovables está también en el nuevo Pla de l'Energia i Canvi Climàtic 2012-2020. Pero las siete Zonas de Desarrollo Prioritario para la energía eólica son un ejemplo más de cómo la planificación energética basa su estrategia en nuestras comarcas. De las siete, tres afectan a municipios de las Terres de l'Ebre y otras dos a poblaciones del Camp de Tarragona, dejando apenas dos fuera del ámbito territorial de

La energía en Catalunya

Producción de energía eléctrica

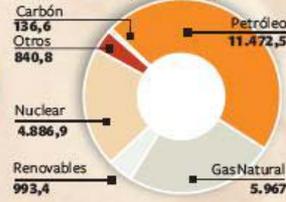


Consumo de energía primaria



Consumo de energía primaria

En Kilotoneladas equivalentes de petróleo



MARTÍ SOLÀ Director general de la Fundación Gas Natural Fenosa

«Los gobiernos deben decidir qué quieren y pueden primar»

Núria Pérez Tarragona

¿Cuáles son los principales cambios del sector energético en las últimas dos décadas? En primer lugar, la liberalización del sector de hidrocarburos y de la electricidad y todo su desarrollo, posterior. En segundo, la expansión y crecimiento de la red de gasoductos para hacer llegar el gas natural a todas las comunidades peninsulares. En tercero, la introducción del ciclo combinado para la generación de electricidad. En cuarto, el fuerte desarrollo de las energías renovables, especialmente de la eólica, gracias a un importante programa de subvenciones, que ha impactado de forma determinante en el mix energético. Por último, la aparición del déficit de tarifa en el sector eléctrico como consecuencia de que las tarifas no cubren los costes del sistema. Esta situación ha venido dada por decisiones políticas encaminadas a no trasladar los costes del sistema

al consumidor y retrasarlas en el tiempo. Esto, sumado al aumento de costes del sistema, que incorpora importantes subvenciones, entre ellas las de las energías renovables, han hecho que actualmente el déficit de tarifa sume 29.000 millones de euros.

¿Cree que el mix energético es el adecuado en España y Catalunya?

El mix energético es una cuestión política y los gobiernos tienen que determinar en cada momento y situación qué es lo que pueden y quieren primar. Desde mi punto de vista ahora lo que corresponde es tener un sector energético eficiente con unos costes competitivos para poder hacer frente a la crisis en que estamos, siempre con el máximo respeto al medio ambiente.

¿Qué papel deben jugar las energías renovables?

Me gustaría explicar bien este tema para no crear confusión

puesto que hay quien piensa que las renovables son gratuitas y no tienen costes cuando no es así. Las renovables deben tener una participación equilibrada en el mix de producción eléctrica pero teniendo en



Las renovables no son gratuitas y pueden acarrear problemas de seguridad de suministro

cuenta que ese mix debemos pagarlo con lo que ello implica de pérdida de competitividad de nuestras empresas a nivel internacional. Además, una participación excesiva de las renovables en el mix puede acarrear problemas en la seguridad de suministro. Por otro lado, el precio que pagan los usuarios final en el recibo de la luz hay una parte que es la electri-

cidad propiamente, es decir, lo que sería el producto y otra son los costes del sistema: la explotación de las redes de transporte y de distribución, las subvenciones etcétera. Estos costes del sistema, según la Comisión Nacional de la Energía, fueron el año pasado de 18.601 millones. De ellos, el 60% (11.163 millones) fueron subvenciones, y de estas el 76% (8.445) fueron primas al régimen especial, es decir, a renovables y cogeneración. Quizás hay que reflexionar si todo esto nos lo podemos permitir. Yo creo que no.

Los ciclos combinados a partir de gas natural se han demostrado como un sistema económico de producir energía pero no han podido operar en toda su capacidad. Qué ha pasado?

Este es otro tema no resuelto. Los ciclos combinados son altamente eficientes y respetuosos con el medio ambiente y han sido expulsados del mercado eléctrico por decisiones

Martí Solà asegura que no podemos prescindir de ninguna fuente energética. FOTO: LLUIS MILIAN

de política energética, pero, por otro lado, tienen que estar a disposición del sistema porque que las energías renovables son intermitentes y cuando no hay sol o viento, tienen que entrar en funcionamiento.

¿Desde la fundación que usted dirige, como se contempla el futuro de la energía?

la demarcación de Tarragona. Incluso los proyectos experimentales para instalar parques eólicos flotantes mar adentro se fijan en el paisaje de Tarragona. Es el caso del proyecto de parque eólico marino Zéfir, que sitúa los molinos eólicos flotantes en la línea marítima comprendida entre el cabo de Tortosa, en el Delta de l'Ebre, y el cabo de Salou.

El desarrollo de la energía en Tarragona en los últimos años se ha caracterizado especialmente por el fuerte impulso que ha tenido la eólica, con 544 MW de potencia instalada en siete parques de la provincia. El Pla de l'Energia prevé un aumento de su peso en el mix energético y, según los cálculos de EolicCat, la patronal que agrupa a las empresas del sector, en un plazo de tres años la energía producida con

esta tecnología superará a la de origen nuclear, en España.

El Pla de l'Energia de Catalunya preveía también que en el horizonte de 2015 la eólica haya superado también en importancia a la electricidad procedente de las nucleares, aunque para ello debería acelerar su implantación y no es la dinámica actual.

Otra tecnología que debería ganar un peso destacado según el plan es la de los ciclos combinados, pero su funcionamiento actual es precario, en ocasiones rayando el 50% de la capacidad. En todo caso, la actual coyuntura económica y las crecientes exigencias desde el sector eléctrico para empezar a terminar con un déficit de tarifa que no ha hecho más que aumentar, auguran tiempos difíciles para cualquier tipo de energía con primas.



Parque eólico danés en el que debía inspirarse una instalación en el Port.

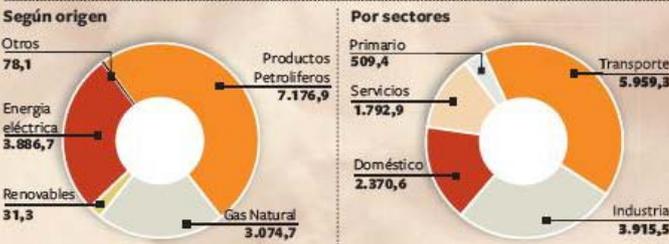
Los parques eólicos aportan 3,4 M€ a la demarcación

Las 26 centrales eólicas que en 2011 estaban en funcionamiento en Tarragona aportaron a los municipios afectados unos ingresos estimados de unos 3,4 millones de euros, según un estudio sobre el impacto económico de la energía eólica local en Catalunya, elaborado por el geógrafo de la Universitat Rovira i Virgili (URV), Sergi Saladié.

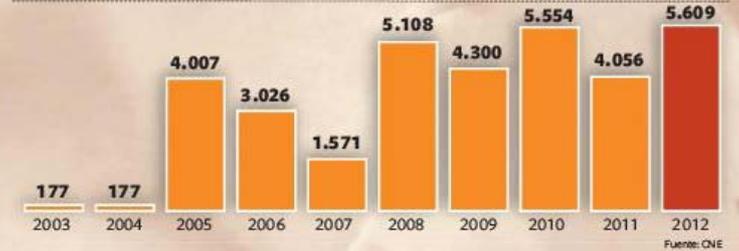
Según el estudio, el promedio municipal de ingresos derivados del pago de impuestos (IBI de características especiales e IAE) fue de 82.940 euros, mientras que los convenios supusieron otros 63.309 euros. Cada megavatio instalado supone unos ingresos de 4.944 euros. Una cifra que para algunos municipios, suponen hasta el 40% de los ingresos del presupuesto. Es el caso del parque eólico de Forès, en la Conca de Barberà, donde la suma supera ese porcentaje y asciende al 41,3%.

Pese a ello, según el trabajo de Sergi Saladié, la cantidad que reciben los municipios sólo representa un 3,4% de la retribución económica total cuando en Francia, por ejemplo, las eléctricas revierten sobre los municipios con hasta un 33% de los ingresos.

Consumo de energía final En kilotoneladas equivalentes de petróleo



Evolución del déficit de tarifa en millones de euros



MUY PERSONAL Nacido en 1956 en Tarragona, Martí Solà es ingeniero industrial por la Universitat Politècnica de Catalunya. Se incorporó a Gas Tarraconense en 1986 como director técnico, pasando a Gas Natural Fenosa en 1996 donde ha desarrollado su carrera desde entonces, primero en el área Técnica de Distribución después como director de explotación, de la Unidad de Mantenimiento, de Operaciones y de Gestión de la Red de Gas. Desde abril, es director general de la Fundación Gas Natural Fenosa.

¿Cuáles son las líneas de trabajo de Gas Natural Fenosa por los próximos años?

Hemos cumplido con los objetivos del Plan Estratégico que se marcó para el periodo 2010-2012, enfocados al fortalecimiento del balance (tras la adquisición de Unión Fenosa), la consecución de sinergias y el crecimiento orgánico. Ahora estamos trabajando en la revisión del Plan Estratégico, poniendo especial énfasis en la eficiencia, en fortalecer aún más nuestra estructura financiera, en continuar la internacionalización y afianzar la posición de la compañía en los mercados de capitales.

¿Y en Tarragona?

Tarragona siempre ha sido una zona importante por Gas Natural Fenosa donde distribuimos gas natural a 50 municipios. Tenemos actualmente 156.000 puntos de suministro, llevamos a cabo inversiones anuales en infraestructuras por valor de 13 millones de euros

anuales y distribuimos gas a prácticamente toda la industria petroquímica.

Este año hemos iniciado el suministro a l'Atmella de Mar y dentro de este ejercicio lo haremos en Falset, la Sénia y l'Ampolla.



El 'shale gas' cambia el mapa energético mundial. El ejemplo lo tenemos en EEUU

¿Cómo afectará el shale gas al sector?

En primer lugar, me gustaría decir que el gas natural no convencional (el que no se encuentra en bolsas sino que impregna las rocas de pizarra) ha existido siempre. Lo que ha hecho posible extraerlo a un coste competitivo es la técnica del *fracking*. Con la posibilidad de

explotar reservas de gas en zonas donde hasta ahora técnicamente no era posible, se han ampliado las reservas de gas natural en el mundo y se vuelve a producir gas natural en países donde la producción se consideraba agotada. Todo esto cambia el mapa energético donde el *shale gas* ha revolucionado el mercado energético, ha permitido reducir el porcentaje de carbón en la generación eléctrica, rebajar las emisiones de gases con efecto invernadero y dar un paso de gigante hacia la autosuficiencia energética. A nivel mundial representa una mayor garantía de suministro, pues el gas no convencional está más distribuido por todo el planeta que el gas convencional. Pese a ello es importante y necesario llevar a cabo estudios detallados y exhaustivos de cualquier tipo de este tipo de técnica extractiva para evitar cualquier tipo de impacto medioambiental.

Todas las fuentes y tecnologías presentan ventajas e inconvenientes tanto de suministro como económicos o ambientales. No hay una solución única y no podemos prescindir de ninguna fuente. Todos los estudios dicen que los combustibles fósiles seguirán predominando la oferta durante los próximos 25 años. Pero a la vez, que avanzamos hacia alterna-

tivas múltiples y híbridas. En este contexto será muy importante que la población tenga conocimiento, esté formada e informada, que tenga su propio criterio y que sea consciente que estamos en un momento muy competitivo en que se deben tomar decisiones valientes y erradicar la cultura del no, puesto que no lleva ninguna parte.

ENERGÍA

MUY PERSONAL Mariano Marzo es catedrático de Estratigrafía y profesor de Recursos Energéticos y Geología del Petróleo en la UB. Participa en diversos consejos asesores en materia energética de las administraciones central y autonómica así como de otras instituciones. Ha trabajado en Europa, EEUU, América del Sur, Oriente Medio y Norte de África.

MARIANO MARZO Catedrático de la Facultat de Geologia de la Universitat de Barcelona

«Hay que primar a los territorios que producen frente a los que sólo consumen»

Núria Pérez Tarragona

¿Qué destacaría de la evolución del sector energético desde 1990?

Si algo demuestran estos 23 años, es lo complejo que es el mundo de la energía y lo rápido que la situación cambia, básicamente por factores externos. Tenemos tres veces más de potencia instalada que hace dos décadas y la tendencia era al alza hasta que en 2008 llegó el punto de inflexión. La nueva realidad nos ha cogido con el paso cambiado. De encontrarnos en la cresta de la ola hemos pasado a situarnos en el extremo opuesto con las centrales de ciclo combinado funcionando muy por debajo de su capacidad.

¿Cuál son los problemas a los que nos enfrentamos hoy en materia energética?

Los tres ejes que conforman la política energética de un país son el medio ambiente, la economía y la seguridad de suministro. Hoy en España tenemos problemas en los tres ámbitos. Problemas que se han ido acumulando a lo largo del tiempo.

¿Cuáles son los desafíos en materia de medio ambiente?

La cuestión del cambio climático, que no es exclusiva de España y debe enfocarse desde una perspectiva global, es la principal. Es una cuestión además que afectará a nuestro país de forma importante dada su situación geográfica a caballo entre las zonas más cálidas del planeta y otras más frías que sufrirán con menos rigor las consecuencias del cambio climático. Es, por tanto, un eje básico a tener en cuenta en la planificación estratégica del país.

¿Y en el ámbito económico?

Que no se están cubriendo los costes del sistema y el déficit de tarifa. España arrastra un déficit de tarifa eléctrica que se sitúa cerca de un 3% del PIB. A lo que se añade un déficit comercial en concepto de exportaciones-importaciones de productos energéticos que el año pasado rondó los 40.000 millones de euros, lo que equivale a otro 4% del PIB.

¿Cuáles son sus propuestas en este sentido?

Ésta es una cuestión que cada día que pasa se hace más difícil de gestionar. El déficit de tarifa



Marzo asegura que falta consensuar la política energética a medio plazo. DT

es fruto de una burbuja de las muchas que paralelamente vamos inflando, como la del ladri-



Van a subir los precios y los impuestos tanto de la electricidad como de otras energías

llo. De hecho, ambas están relacionadas. Si hubo un sobredimensionamiento de las primas fue en parte porque el sector de la construcción vio en las renovables un producto de inversión, un valor refugio. Ahora, como ha sucedido con la deuda pública, van a ser necesarias medidas drásticas porque el tema se nos ha ido de las manos. Las renovables han sido las primeras afectadas pero todo el mundo deberá apretarse el cinturón. Van a subir los impuestos y los precios tanto de la electricidad como de otros tipos de energía final que como en el caso de los pisos van a provocar que cada vez sea mayor el núme-

ro de ciudadanos con dificultades para pagar los recibos de consumo doméstico. Por no hablar del impacto en sectores intensivos en uso de energías como pescadores y transportistas.

¿Y el tercer frente?

Es el de la seguridad del suministro, que a largo plazo depende en gran medida de las medidas que tomemos hoy. A pesar de que nuestro país se encuentra bien diversificado, tanto en términos de aprovisionamiento como de la composición del mix de energías primarias, nos falta aún por definir y consensuar una política energética a medio/largo plazo.

¿Cómo es la actual política?

Esta muy marcada por la agenda 2020 de la Unión Europea, que es anterior a la situación actual y que contempla reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 20%, ahorrarse el 20% del consumo de energía mediante una mayor eficiencia energética y promover las energías renovables hasta el 20%. Todos ellos objetivos ambiciosos pero con repercusiones sobre nues-

tro tejido económico que está pagando la electricidad a unos precios de los más caros de Europa. A ello hay que añadir que no hace más que crecer y el ya clásico problema de que seguimos siendo una isla energética.

¿Qué haría?

En el último informe de la AIE sobre política energética, España figura como uno de los pocos países de la OCDE que no tiene un plan propio en el horizonte 2020-2030. Durante mucho tiempo hemos estado sin hoja de ruta alguna. Se ha dejado todo demasado en manos del mercado y es evidente que éste es dinamizador y motor pero la obligación de los gobiernos es definir sus líneas estratégicas. Por tanto, creo que hay que poner la cuestión energética en el máximo nivel de prioridad estratégica de la acción del gobierno y dejar de hacer de la cuestión energética una cuestión electoral. Hay que coordinar la política energética con la política de industria, de medio ambiente, de asuntos exteriores, la política de economía y de I+D. Y hay que propiciar un pacto nacional en esta materia, como han aprobado otros países.

¿Cómo ve el mix energético español?

Quizá no es el óptimo pero más que si reducimos nuestra dependencia exterior de energía pri-



El déficit de tarifa es fruto de una de esas burbujas que estábamos inflando

maria o si debemos aumentar el peso de la electricidad sobre el petróleo, me preocupa mucho la falta de política en la gestión de la demanda. A lo mejor nos podríamos haber ahorrado los excesos de potencia actuales si hubiéramos trabajado a fondo el ahorro y la eficiencia. El futuro pasa por recuperar la mentalidad de cuando no éramos ricos, de nuestros abuelos aprovechando al máximo las tecnologías actuales así como por una mayor concienciación ciudadana sobre la complejidad del sistema energético y que si queremos disfrutar sus ventajas hay una servi-

dumbres que también hay que aceptar como depósitos de almacenamiento, líneas de alta tensión, gasoductos o aerogeneradores. Esto choca con la cultura del NIMBY o del *Not In My Back Yard* (no en mi patio trasero) y requiere de pedagogía y educación de la población.

Y también de incentivos a los que menos gastan...

Es evidente igual que hay que primar a los territorios que producen energía frente a los que sólo consumen y castigar a los que se oponen a las servidumbres.

Esto sería aplaudido en Tarragona, que concentra el 70% de la producción eléctrica de Catalunya pero criticado en otras provincias.

Sí pero estoy convencido de que ha de ser así.

Ha hablado de tecnologías y de eficiencia, ¿son las claves de futuro?

Sí, la eficiencia no es solo una necesidad para reducir el consumo también puede resultar un motor dinamizador de la economía. Y ahí la Administración puede jugar un papel clave dando ejemplo y fomentando la eficiencia energética.

Habla de subida de precios, cuando en Tarragona el polo petroquímico hace tiempo que alerta que no puede permitirse pagar una de las electricidades más caras de Europa y usted.

¿Cómo salimos de este bucle? Apoyando cualquier iniciativa para lograr sinergias y compartir costes, conscientes de que esas empresas mantienen muchos puestos de trabajo y que la industria es clave para salir de la actual situación.

¿Cuál es el potencial del shale gas?

Si se concretan las expectativas de la revolución del gas en EEUU la demanda del petróleo va a bajar porque parte de la petroquímica va a utilizar el gas como materia prima. En España, sin embargo, nadie espera que se produzca una revolución como la que se ha producido en Estados Unidos.

¿Cómo puede afectar al sector petroquímico de las comarcas de Tarragona?

Más que por el *shale gas*, las empresas del polo de Tarragona deben preocuparse por la apuesta de los grandes países productores del petróleo por la industria química. Arabia Saudí está levantando gigantescos complejos químicos con más de una veintena de unidades de producción donde no solo fabricarán *commodities* sino también buscarán valor añadido para sus materias primas.

Port de Tarragona

tu alternativa en el Mediterráneo



Port de Tarragona
www.porttarragona.cat

INMOBILIARIO

Una burbuja difícil de digerir

El stock de vivienda en la demarcación de Tarragona ha crecido un 50% en los últimos veinte años, lo que ha generado que a día de hoy haya más de 13.400 pisos nuevos que no tienen comprador

Núria Riu Tarragona

El sector de la construcción ha pasado de tocar el cielo a una situación de colapso terminal que, de momento, aún no ve la luz al final del túnel. El comportamiento en la demarcación de Tarragona ha sido similar al del resto de provincias costeras españolas. Aunque aquí el 'ladrillazo' no ha tenido la trascendencia de zonas más al sur, como en la Comunitat Valenciana o Murcia.

Desde 1991 a 2011, el parque de viviendas en las comarcas tarraconenses pasó de 348.150 a 526.229. Una situación de prosperidad que se tradujo en puestos de trabajo y en generación de riqueza que, a la vez, contribuyó en seguir inflando esta burbuja. La cifra de trabajadores afiliados al régimen general de la Seguridad Social deja entrever

las dimensiones de este sector en la provincia. En el año 2000, los tarraconenses inscritos en el sector de la construcción eran 28.424. En 2006 se llegó a la situación máxima, alcanzando los 41.015 empleados en la demarcación. En 2012, esta cifra bajó hasta los 12.511 puestos de trabajo, y aún es pronto por afirmar que ya se ha tocado fondo. Y es que a finales del año pasado, las comarcas tarraconenses acumulaban un stock de 13.422 viviendas de obra nueva sin vender. Un parque inmobiliario que será difícil de digerir.

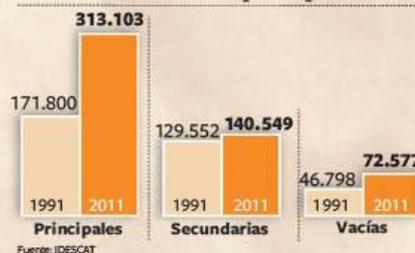
Con una tasa de 16,5 pisos por cada 1.000 habitantes sitúa esta demarcación como la segunda en Catalunya con la media más elevada, sólo detrás de Lleida (21,4 pisos sin vender por cada 1.000 habitantes) y por delante de Girona (13,6) y Barcelona (8,3).

El estudio elaborado por el Departament de Territori i Sostenibilitat, de la Generalitat de Catalunya, sostiene que la elevada tasa que registra la demarcación de Tarragona respecto a la media catalana se sustenta, sobre todo, en las cifras de las comarcas del Baix Penedès y la Ribera d'Ebre, ambas con 20 pisos nuevos o más por vender por cada 1.000 habitantes.

En el lado opuesto, el Alt Camp y el Priorat tienen menos de 5 viviendas nuevas por cada 1.000 vecinos censados.

El análisis de coyuntura económica en la demarcación de Tarragona que elaboran las cámaras de comercio, correspondiente al cuarto trimestre de 2012, recoge que el Producto Interior Bruto relacionado con el sector de la construcción cayó un 30% en el año 2010 respecto

Censo de viviendas por tipos



Total viviendas



SALVADOR GRANÉ Experto en desarrollo urbanístico y suelo

«Al sector promotor se le presentarán nuevas oportunidades»

Núria Pérez Tarragona

¿Cuál cree que debe ser el peso del sector de la construcción en la economía?

El sector de la construcción debería mantener un peso notable en nuestra economía pues puede ser un buen generador de empleo. Probablemente todos deseáramos un peso mucho mayor de las actividades tecnológicas pero la realidad es la que es.

¿Es posible salir de la crisis sin este sector?

Debemos ser positivos. El sector promotor deberá reinventarse, olvidando malas praxis del pasado, profesionalizando sus organizaciones para convertirse en un sector de mimbres industrial, con estructuras financieras equilibradas y resultados económicos razonables y sostenibles. Todo ello de la mano de las entidades financieras que, poco a poco, deberán proveer de financiación los proyectos inmobiliarios más viables. El éxito estriba en una buena selección de los proyectos y se presentarán buenas oportunidades. Construy

yento menos, mejor y más barato.

¿Cuáles son sus lecciones de la burbuja inmobiliaria?

En primer lugar, que no todo el mundo puede ser promotor, que debe haber barreras de entrada. El sector necesita de profesionales que sepan generar proyectos adaptados a los requerimientos de la demanda, construir, en tiempo y forma, a un precio adecuado y dando garantía de las promociones. En segundo lugar, que no se puede hacer el mismo tipo de construcción en todos los territorios. Cada mercado es cada mercado. En tercer lugar, que hay que establecer criterios económico-financieros que hagan de la promoción inmobiliaria una actividad sostenible en el tiempo, lejos de la especulación cortoplacista. No se puede apalancar ni financiar en las condiciones que se ha efectuado hasta ahora.

¿Qué parte de responsabilidad de la burbuja es de la banca?

Sin duda las entidades financieras tienen una parte importante

de responsabilidad en la burbuja inmobiliaria y la crisis actual. El déficit de la banca ha ido a cargo de los propios accionistas y de todos los contribuyentes españoles. Por ello, las entidades financieras deberían contribuir de una manera decidida a la sa-



Un país con una buena Administración tiene más posibilidades de tirar adelante

lida de la crisis dando crédito, que es la función que nuestro sistema económico les asigna. Mientras el crédito no fluya la economía continuará contraída. La banca debe comprometerse activamente en la reactivación. En lo que a la actividad inmobiliaria de la banca se refiere, deberá profesionalizar sus equipos inmobiliarios o confiar en equipos externos para reducir su exposición inmobiliaria, que es uno de sus grandes problemas actuales.

Y a las administraciones, ¿qué les pide?

Que sean artífices de la reactivación económica, que sean más ágiles a la hora de planificar y que no tiren adelante infraestructuras sin tener clara su viabilidad y costes de mantenimiento. El sector público debe ser mucho más competitivo. Un país con una buena Administración es un país que tiene más posibilidades de tirar adelante. Si Hacienda es eficiente, ¿por qué no lo pueden ser otras instancias públicas? Creo que este país necesita rentabilizar infraestructuras y, en algunos casos, dar entrada al capital privado. Hay mucho recorrido en esa línea.

¿Han tocado fondo los precios de los pisos?

La oferta y la demanda se van acercando y estamos próximos del mínimo, pero los mercados locales tienen sus propias dinámicas. La venta de pisos se ha reducido considerablemente en los últimos años y tiende a estabilizarse alrededor de las 200.000-250.000 unidades/año.



La factura social de esta crisis es muy elevada.

Lo más preocupante de esta crisis no es la burbuja en sí sino que hay parte de la población en situación límite y que es difícil que se vuelva a incorporar al mercado laboral. Y que buena parte de la juventud está marchando sin perspectivas de volver porque lo ve todo muy gris, por no decir negro. Y eso es algo muy preocupante. Que la gente joven no vea futuro a un país, que no tenga confianza ni ilusión en el mismo es un drama

a 2008. Una caïda que contrasta con el incremento que, a pesar de la situación de crisis, si que notaron otros sectores, como el de la agricultura (+9%) o la industria, que registró un tímido incremento de un 2%. Con todo, este sector seguía suponiendo el 10,26% de la actividad económica en la provincia, por encima de la media de Catalunya (8,66%).

El mercado está parado. En los últimos cinco años las operaciones de compraventa han caído un 80%. Y es que durante todo el año pasado se firmaron tantas hipotecas como en dos meses de 2007.

Tal situación de colapso en el sector hace que la actividad se centre en estos momentos en la rehabilitación y mejora de la eficiencia energética de los edificios. En este sentido, en un país en el

que más del 50% de las viviendas tiene más de treinta años de antigüedad se abre un mercado en el que importantes compañías están pujando por entrar. Así, empresas del sector químico y constructoras, invierten en la obtención de nuevos materiales para reducir la factura energética de los hogares.

No obstante, para el presidente de la Asociación de Promotores Inmobiliarios del Tarragonès, Diego Reyes, «la política de sostenibilidad debe basarse en la necesidad». Y es que, según apunta, la rehabilitación supone el 2% de la inversión total que se hace en el momento en que se construye un bloque de pisos nuevo.

Los promotores lidian ahora con la competencia del sector financiero que ha transferido 145.000 inmuebles tóxicos al banco malo.

Las ARE que preveía el Govern se desdibujan

La Generalitat presentó un plan de acción, a principios de 2009, para dar respuesta a la demanda de vivienda social. Así, dibujó un conjunto de urbanizaciones en las que el 50% de las viviendas serían libras y el otro 50% protegidas. Sólo en la demarcación de Tarragona, se proyectaron 21.471 viviendas nuevas, en 19 zonas de 15 municipios. Algunos ayuntamientos se opusieron desde el principio, otros han integrado los proyectos en sus planes generales y, finalmente, buena parte de estos han quedado en agua de borrajas.

Evolucionando hacia el concepto 'smart'

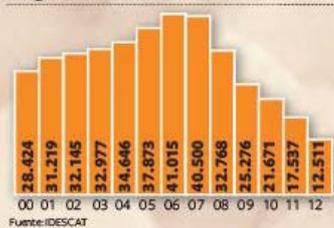
El concepto *smart city* está haciendo un puesto en el diseño de espacios y edificios públicos. La ciudad de Tarragona quiere aprovechar el escaparate que supondrán los Juegos Mediterráneos de 2017 para que los nuevos equipamientos sean 'inteligentes', según criterios de sostenibilidad y eficiencia energética.

Entre los proyectos que se están acabando de concretar está el 'smart' barrio que se construirá en la zona de Campclar, junto a la futura tienda de Ikea.

Tarragona: doce años para renovar el POUM

Sólo falta la firma del consejero de Territori i Sostenibilitat, Santi Vila, para que el nuevo POUM de la ciudad de Tarragona pueda publicarse en el DOGC y acabe definitivamente un largo recorrido que empezó a finales del año 2000. Han sido doce años de trámites, en el que algunas inversiones se han resentido, pero finalmente Tarragona ya tiene el instrumento que regulará el crecimiento de la ciudad hasta llegar a la cifra de los 185.000 habitantes. Este contempla 10.000 viviendas de protección oficial.

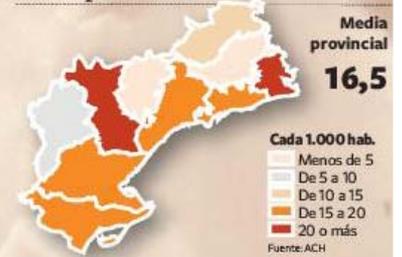
Trabajadores afiliados a la Seguridad Social en el sector



Hipotecas sobre vivienda Provincia de Tarragona



Stock por comarcas



Grané cree que la gestión política de los desahucios no ha sido buena. CEDIDA

MUY PERSONAL Salvador Grané (Mataró, 1956) es ingeniero de Caminos, Canales y Puertos. De 1992 a 1995 dirigió la construcción de Port Aventura y fue director general de desarrollo del Consorcio Centre Recreativo Turístico (CRT). De 1996 a 1998 ocupó el cargo de consejero y director de GP Comercial y GP Resort para el desarrollo de la zona comercial y el área residencial. De 1999 a febrero de este año ha trabajado en Banc Sabadell, primero como director general de Landscape y después como subdirector general y director de Solvia.

igual que se cuestione sehallar empleo.

¿Qué opina de la gestión política del drama de los desahucios? Probablemente la propuesta es razonable en muchos puntos y meses atrás se hubiera considerado suficiente pero en estos momentos no. La gestión política ha sido muy deficiente. Se debería haber demostrado mayor comprensión y sensibilidad social, mayor voluntad de diálogo y de pedagogía. El fondo social de 6.000 viviendas para colectivos

de especial vulnerabilidad o en riesgo de exclusión social pactado con las entidades financieras se aprobó tarde, fue improvisado, contempla pisos en zonas donde no son necesarios y resulta insuficiente. Una mala solución que además tendrá una mala implementación.

¿Es partidario de la dación en pago retroactiva? Creo que más importante que eso es que se equipare a las familias con las empresas y avanzar hacia una Ley de Segunda

Oportunidad para las familias. Si no lo hacemos podemos estar condenando de por vida a muchas familias.

Los promotores temen la competencia del Sareb. ¿Qué opina? El Sareb es fruto del MOU, el memorando de entendimiento o contrato que firmó España en julio del año pasado con la Comisión Europea para acceder al rescate de la banca. Fruto de ello, el Sareb será un jugador más del sector inmobiliario y deberá tenerse en cuenta pero sin exagerar su trascendencia. Su impacto será a largo plazo ya que dispone de quince años para proceder a la desinversión de todos sus activos.

¿El futuro pasa por construcción sostenible? La construcción será uno de los sectores que más cambiará tras esta crisis. Entre otras cosas, porque deberemos tomar conciencia de que los recursos son limitados y que las cosas deberán hacerse de manera diferente. Debemos diseñar, proyectar, industrializar, innovar, en todos los pasos del proceso de desa-

rollo de una promoción, desde la gestión urbanística a la comercialización.

¿Qué piensa de Barcelona World? Es un tema que preocupa. Estamos hablando de 400 hectáreas de terreno privilegiadas y que se debe analizar con cuidado qué

Barcelona World me preocupa. No todo vale. Hay que exigir transparencia

es lo que se quiere hacer. No todo vale. Hay que exigir la máxima transparencia y tener garantías de que no se trata de un proyecto especulativo.

Pide información, ¿qué teme? Que se esté hablando de un macrocomplejo de ocio-recreativo muy denso, de mucha edificabilidad, sin que apenas haya debate cuando es algo que no se corresponde ni se integra en nuestro territorio. Debe respetarse la

legalidad vigente, que prevé los mecanismos de participación y de decisión según competencias y los valores de nuestro territorio, que sin duda lo tiene.

¿Le gustaba más Eurovegas? No he conocido el proyecto que se habría podido plantear ni al promotor. Lo que sí tengo claro es lo que está claro es que un proyecto de estas características necesita de operadores experimentados que conozcan el negocio. Una parte muy importante del éxito de PortAventura radica en su definición inicial por parte de Anheuser Busch que llegó a pensar y debatir hasta el último detalle, desde las atracciones al modelo operacional y la gestión del negocio. En Barcelona World debería haber un socio tecnológico que actúe de operador experto, reconocido y acreditado, junto con un grupo inversor sólido y solvente que dé robustez al proyecto. La permanencia durante los años iniciales del proyecto en este accionariado de la actual propietaria de los terrenos contribuiría a darle confianza, impulso y estabilidad.

I+D+I

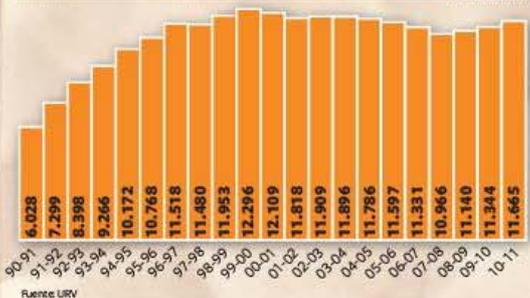
Cantera de talento y desarrollo

Diversos sectores económicos han crecido en paralelo a la universidad y su investigación

Profesores de la URV



Evolución del alumnado por cursos

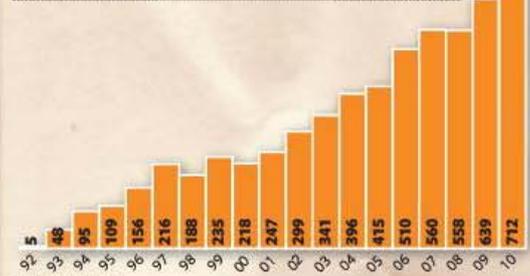


Fuente: URV

3,3%

del PIB de la provincia constituye la actividad de la URV, según un estudio de 2009, lo que representa el 0,33% de Catalunya.

Artículo indexados



Fuente: Web of Science

URV. Evolución de los fondos en I+D+i

En millones de euros



Fuente: ICREA

FRANCESC XAVIER GRAU Rector de la Universitat Rovira i Virgili

«La URV puede ayudar en la internacionalización del territorio»

N. Pérez/ N. Riu Tarragona

¿Qué balance hace de estos 20 años desde la implantación de la URV y cuál considera que es el nivel de aceptación por parte del territorio?

Podemos hablar de un recorrido positivo que, si nos abstraemos de la situación actual. Hace 20 años nadie podía imaginarse lo que ha pasado en el Priorat o el impacto turístico que tiene la demarcación. Teníamos una industria pionera, que ha seguido desarrollándose y, en paralelo, la universidad ha ganado peso de una forma que considero que es ejemplar. Es una universidad muy arraigada a un territorio pero que se ha convertido en un centro internacional. Y el recorrido ha ido en paralelo al de la propia economía.

¿Se muestra optimista de cara a un futuro?

Mirando la trayectoria podemos ver que hay muchos elementos para salir bien de esta situación. Tenemos carácter mundial y unas infraestructuras que facilitan que puedan hacerse inversiones. Los elementos están ahí. Sólo falta creérselo y sacarle provecho.

¿Cuál ha sido la apuesta de acuerdo con la economía del territorio?

De una forma reflexionada, se han puesto en marcha un conjunto de elementos de acuerdo con el diagnóstico que hemos hecho del territorio. La universidad ha puesto los elementos encima de la mesa de acuerdo con una apuesta estratégica sectorial. En cada uno de estos campos hemos introducido unas piezas que no existían, como son los centros tecnológicos, y no tenemos un

sexto especializado en cultura, porque la industria cultural no existe.

¿Es una asignatura pendiente?

El patrimonio cultural de nuestro territorio puede generar un tejido industrial. Éste está relacionado con el turismo, pero simplemente desde este ámbito no puede generarse un contenido. Pero además se ha hecho un esfuerzo para captar a talento para investigar en estos ámbitos. Con esta especialización estratégica, y concretándola con los instrumentos, estás poniendo encima

«El patrimonio cultural de nuestro territorio puede generar un tejido industrial

de la mesa las piezas necesarias. Aunque hay otras. Como la cultura. Y sin la cultura de una universidad al servicio de la sociedad, y no únicamente como instrumento de formación, estos instrumentos tampoco servirían.

¿Qué hace falta para ser más competitivos y qué otros sectores están empezando a despuntar?

La diversidad económica es una fortaleza, pero detrás de ésta hay la visión de competencia internacional. Que cada uno de estos sectores mire a su mercado no desde un punto de vista nacional sino internacional. Y, en este sentido, la universidad puede ayudar. Como también puede ayudar en la proyección nacional. Y no solo en formación sino tam-

bién en delegación. La universidad abre puertas y tiene muchas relaciones internacionales, sin embargo no se percibe esta institución como un aliado. Los objetivos son diferentes, pero cuando vamos a China para hablar con una universidad de allí también podríamos hablar con su cámara de comercio. El tejido productivo es consciente que trabaja con productos de talla internacional y, a partir de ahí, la universidad tiene capacidad y puede ayudar en la internacionalización del territorio. Esta es una de las líneas que tenemos en nuestro plan estratégico.

¿Qué escenario prevé para este año, en un contexto de incertidumbre en cuanto a la disponibilidad de recursos?

En general, estamos bien. Lo que me preocupa es que la sociedad se lo crea. Estamos experimentando con el ajuste de financiación, que se aplica en todos los servicios públicos, pero de una forma acrítica. El escenario se mueve alrededor de los 2.500 millones de ajuste. Una cifra que cuando la decimos no tenemos en cuenta que es lo equivalente a cuatro sistemas universitarios catalanes o que es lo mismo que cerrar todas las universidades de Catalunya, Valencia y de Andalucía. Con este escenario, cómo puedo pedir yo que me incrementen el presupuesto que, por otro lado, es lo que está pasando en Alemania.

¿Y de dónde debe llegar esta demanda?

Cuando la sociedad sea consciente de que un euro invertido en la universidad genera cuatro euros de riqueza, y estos generan dos euros de impuestos,

Visión sectorial

«Química

El valor añadido del conocimiento

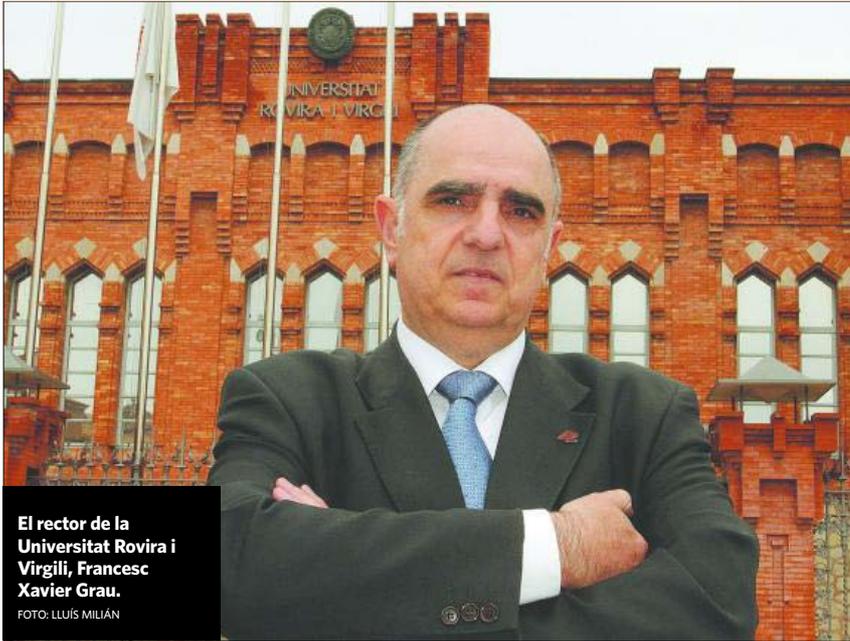
«Es un sector de inversión masiva, que se caracteriza por ofrecer pocos productos en cantidades muy grandes. Está empezando a trabajar en productos más específicos, con un conocimiento añadido. Es el caso de la inversión en tecnología de membranas, lo que supone que se abren opciones para la continuidad del clúster y este es el camino. Tiene perspectivas de evolución positiva porque es un sector que está reaccionando con el conocimiento que hay en las empresas y en la universidad.»

«Turismo

Más competitivos para ser líderes

«Hemos conseguido un liderazgo en el mundo y esto no sólo implica tener 4 millones de visitantes, sino que también es un liderazgo en el sentido de hacer las cosas mejor y diferentes, creando nuevos productos de ocio y de turismo. En nuestro entorno tenemos empresas que se han dado cuenta de que deben liderar esta situación porque el sol y playa es circunstancial. Se han roto barreras que generan más competitividad y esto es fruto de la buena relación entre el sector y la universidad.»

MUY PERSONAL Nacido en Lleida en 1958, Francesc Xavier Grau es catedrático en Mecánica de Fluidos. El 6 de mayo de 2010 fue elegido por la comunidad universitaria rector de la Universidad Rovira i Virgili. Una institución agregada al territorio, motor de la investigación y el desarrollo, y que ha integrado en este engranaje al tejido productivo y a la administración.



El rector de la Universitat Rovira i Virgili, Francesc Xavier Grau.
FOTO: LLUÍS MILIÁN

por tanto, el euro se está pagado por sí mismo, no sufriremos. Lo que me preocupa es la sociedad. La URV ha hecho los esfuerzos que ha podido porque en su día no estiramos más el brazo que la manga contratando a más gente de la que podíamos. Y, como no lo hicimos, hemos podido ajustar el presupuesto. Desde 2010 a 2013 el ajuste debía ser de 16 millones de euros. Cinco han venido por la reducción de los salarios. Esto no es mérito de la universidad. Mientras que de los otros once, más de ocho son de la reducción del gasto, y los otros tres a partir del incremento de ingresos. Es difícil de un presupuesto de cien, absorber una reducción del 16%, pero lo hemos hecho y estamos con las cuentas equilibradas. Lo que me preocupa es que la situación sea aún más complicada.

¿Qué nivel de ajuste podrán seguir resistiendo?

Lo desconocemos aún, pero si finalmente el ajuste que tendrá que hacer la Generalitat es de 2.500 millones, cien corresponden a las universidades. La mitad de esta partida corresponde de nuevo a las pagas dobles. Hasta que no se acabe de concretar, para este 2013 manten-



Sin un sistema universitario no eres propietario de tu conocimiento

go los objetivos de presupuestos.

¿Podemos plantearnos un sistema universitario con menos recursos públicos?

No. En la circunstancia actual, en la que se cuestiona la aportación a las universidades de-

bemos definir primero las dimensiones de éste y el escenario en el que queremos movernos. El país, con los recursos que tiene, forma parte de la Europa de los quince. Si somos de este bloque, nuestros parámetros sociales y económicos también deben serlo. Sin universidades no eres propietario de tu conocimiento. Otra cuestión es cuántas. En Europa tienen una por cada 700.000 habitantes. Aquí una por cada millón. Por tanto, es razonable, aunque la cifra es inferior a la del resto de países. Sobre la financiación, en la Unión de los quince el sistema universitario representa el 0,8% del PIB. Aquí el 0,38%. Si lo rebajamos a 0,3% me voy hacia el modelo Bulgaria, en lugar del de esta Europa de los quince. Por tanto, no es sostenible un sistema universitario con menos recursos porque sino debemos replantearnos si queremos que este lo paguen exclusivamente los estudiantes.

¿Está en peligro el acceso universal a la universidad?

Los cuestionamientos siempre son interesados, pero la cuestión de fondo es por qué razón. En Europa tenemos el caso de Alemania que ha decidido tener más universidades gratuitas que pagando. La universidad es un mecanismo de igualdad social y de ascensor social. La educación primaria es universal pero no genera este ascensor.

La sociedad tiene muy claro que debe exigir una escuela pública y en cambio con la universidad no se pone tanto énfasis.

Me hace pensar que es por cultura democrática. Es una cuestión de consciencia de país. La impresión es que aún nos faltan treinta años más de democracia. Es cuestión de que soy ciudadano de un país basado en la equidad social, por tanto, comparto los bienes de país y los respeto.

¿Los centros de investigación están pueden establecer nuevas líneas de colaboración o incluso fusionarse?

En estos momentos estamos todos centrados en la supervivencia y, por tanto, podemos pensar que los recursos que dejen de ir al otro me salvarán a mí. Pero es una mala condición para diferenciarnos. Las universidades deben poder tener una cierta base de estabilidad, autonomía y suficiencia financiera. Sólo con esta última habrá autonomía y si no la tienes estás sujeto a las decisiones de los otros. Tenemos 49 programas de máster, la mitad interuniversitarios. ¿Esto no es colaborar?. A través de una central de compras nos dotamos del abastecimiento y mantenemos un centro de comunicaciones conjunto. Colaborar lo estamos haciendo, pero esto no implica que deberíamos fusionarnos en una única universidad. Un sistema universitario es eficiente cuanto está compuesto por centros diferenciados, diferenciables y arraigados a un territorio.

¿Qué rol debe jugar la universidad en las relaciones con el territorio?

Desde la universidad hemos procurado articular un sistema territorial de gobernanza. Una de las cosas que nos hace falta es la eficiencia en la toma de decisiones. Es muy importante hacer lobby pero otra cuestión muy importante es dar confianza al inversor. Esto tiene un componente de país, pero otra también de territorial, y creo que necesitamos dar la impresión, basada en la realidad, de una Tarragona sólida en la toma de decisiones. A pesar de los esfuerzos, lo tenemos muy fragmentado, y no acaba de cuajar.

¿Uno de los factores es la disputa Tarragona-Reus?

Contribuye en ello. Sería más partidario de un Tarreus.

Y para después de la crisis, ¿cuál tiene que ser el modelo económico que debemos plantearnos?

Tenemos una clase política mancada de liderazgo que se mueve



Necesitamos dar la impresión de una Tarragona sólida en la toma de decisiones

por los efectos de presión, ya sean lobbys o encuestas. Sin embargo, no es capaz de jugársela dando su punto de vista. El país requiere una apuesta firme y decidida. Cada uno de nosotros está actuando desde el sector correspondiente intentando que las decisiones que se tomen a corto plazo me resulten favorables. Pero no estamos construyendo entre todos un modelo favorable por el conjunto. Y eso genera que se estén derrochando energías con poco rédito. Sólo podemos cambiarlo con más visión democrática y a través de la organización social y política. Es fundamental que los partidos incluyan en sus propuestas su definición del modelo de sociedad. Es un rol en el que la universidad puede ayudar y dar su opinión, pero que deben asumir los políticos.

« Nutrición

Aún hay recorrido por hacer

«Tenemos una industria de alimentación humana y animal muy internacional, aunque en este ámbito aún tenemos más recorrido ya que el CTNS podríamos darle más juego. La industria alimentaria seguirá siendo importante si gana la batalla de la internacionalización. Aunque considero que en el territorio tenemos un elemento que aún no le hemos sacado todo el jugo. Y éste es el aceite. No tenemos una facultad del aceite, pero los mismos conceptos que con el sector del vino ya que estamos ante un producto que a nivel mundial tendrá el mismo nivel de aceptación».

« Vino

Un sector pionero

«La industria enológica es pionera. El paradigma de calidad basado en la singularidad ha dado sus frutos y muchas de las bodegas ya han iniciado su camino hacia la internacionalización. Aquí la universidad ayudará en la mejora de la calidad de los productos para el control de los elementos. Es el caso de las variedades o de aspectos como el riego o la calidad de las uvas. Y en esta línea está trabajando Vitec. Estamos ante una situación positiva por la relación de confianza entre el sector productivo y el conocimiento».

« TIC

De la mano de la administración pública

«Hemos comprobado con satisfacción que la gente formada en TICS está trabajando en este clúster que se está formando. Hay una circunstancia que ha catalizado que se hayan juntado todas estas empresas y es el hecho de que existe una iniciativa gubernamental pública. La pervivencia de la fuerza impulsora no sabemos cuál será, pero hay un conjunto de empresas que desde aquí están dando sus servicios al mundo. Es un fenómeno de acreción que se ha iniciado. No quiero ser osado para predecir las dimensiones que acabará teniendo, pero tiene capacidad».

Una portada para reflejar la diversidad



Txomin Medrano y Josep Serra
en un momento del diseño de la ilustración. FOTO: MÈNSULA

Redacción Tarragona

■ En la portada de este número especial, el suplemento E&N ha querido ofrecer una ilustración en la que quede reflejada la diversificación de sectores que conforman la economía de la comarca de Tarragona. Desde el turismo a la química, pasando por la actividad portuaria y el auge del sector del vino debían estar representados en esta portada especial, que es reflejo de esta diversificación.

El estudio tarraconense Mènsula, que en los últimos tiempos viene colaborando con la ilustración de portada de este suplemento económico, es el artífice de este diseño en el que aparecen los iconos que mejor representan a cada uno de estos sectores.

El sello de la ilustración es de Txomin Medrano y Josep Serra que, junto con Albert Cílveti, iniciaron este proyecto artístico. Aunque su principal disciplina es la ilustración, Mènsula, que este verano cumplirá su quinto aniversario, se mueve en todos los campos de las artes gráficas, desde el diseño a la programación web, pasando por la ilustración infantil, la fotografía, la animación o el diseño gráfico, entre otras.

asesa asfaltos
españoles, s.a.

Autovía de Salou s/n • 43006 Tarragona • Tel 977 55 34 61

El futuro que está por construir

Agustí Segarra Blasco
Catedrático de Economía Aplicada
de la URV



¿Cómo serán las comarcas de Tarragona de aquí a veinte años? 'Tenemos que ser optimistas. A pesar de la crisis actual, el Camp de Tarragona y las Terres de l'Ebre disfrutaron de una serie de activos como el Port de Tarragona y el aeropuerto de Reus que facilitan el dinamismo de la industria química, el sector agroalimentario y el turismo, entre otros motores del desarrollo territorial'. Esta respuesta entrecuadrada la hemos escuchado muchas veces, quizás demasiadas, pero no por eso deja de ser cierta. No podemos imaginar nuestra economía sin las que hasta ahora han sido las fuentes tradicionales del crecimiento, pero es evidente que tenemos que incorporar de cara al futuro nuevos elementos que justo ahora afloran. A pesar de su importancia, la Tarragona 2030 diferirá en muchos aspectos del cliché tradicional.

Vamos por partes. Cómo diría el filósofo, el futuro está para hacer. Llevar a cabo un ejercicio de prospectiva económica se convierte en una práctica de alto riesgo en territorios como el nuestro, a menudo, hecho y explicado desde fuera. A nivel territorial el futuro adopta una dimensión colectiva y a menudo requiere acuerdos sociales y equilibrios difíciles de lograr. Actuar en una perspectiva de largo plazo se vuelve un trabajo pesado difícil de lograr en un territorio como el nuestro, excesivamente fragmentado por la orografía, poco cohesionado por su diseño institucional e hipotecado por las decisiones externas. A estas alturas la frase entrecuadrada de arriba sería una buena respuesta para las instancias barcelonesas, pero nosotros como actores implicados en el diseño de nuestro futuro tenemos que ser más osados, tenemos que ir más allá.

¿Qué elementos podemos poner encima de la mesa de cara a configurar un escenario de futuro? De entrada hay que destacar la excelente situación geoestratégica de las comarcas de Tarragona que condiciona, para bien, la



ILUSTRACIÓN: GISELA GARCÍA FRESNEDA

calidad de vida de la población y la evolución futura de su tejido empresarial. Bien sabemos que en muchos aspectos se trata de un territorio privilegiado. Ponemos algunos ejemplos.

En términos marítimos, el Port de Tarragona disfruta del mayor *hinterland* peninsular y su posición estratégica

supera a la de los puertos de Valencia y Barcelona. En materia ferroviaria, los dos ramales del Corredor Mediterráneo, el del interior que tiene previsto pasar por Madrid y bajar por Zaragoza y el litoral que arranca desde Algeciras, se encontrarán en Tarragona. Al final la lógica nos dará la razón por encima de los discursos de campanario. En clave urbana, el núcleo central del Camp de Tarragona configura uno de los sistemas urbanos formato por medias y pequeñas ciudades dotado de una mayor calidad en términos de sostenibilidad y creatividad. En materia de conectividad, en cuanto a los pasajeros y a las mercancías el potencial intermodal (ca-

rrera, avión, tren, barco) es muy elevado.

Estos factores, entre otros, facilitarán la emergencia de algunas transformaciones que hoy despuntan tímidamente. Al margen de los dos motores tradicionales del clúster quimi-energético y del turismo, el peso de actividades relacionadas con la nutrición, la industria veterinaria, la industria auxiliar del automóvil, la programación y las TIC, no dejarán de crecer. En la Tarragona 2030 la pirámide de la población será más polarizada, tendrá más gente mayor que hay que atender y más familias jóvenes atraídas por nuevos perfiles profesionales que todavía no podemos predecir. El tejido empresarial será más diversificado y más polivalente. Las separaciones rígidas de la economía actual cederán el paso a estructuras más diáfanas, la nueva industria será menos pesada y más TIC, mientras los nuevos servicios serán menos intensivos en trabajo y más logísticos. El peso de la conectividad comarcal será clave como factor diferenciador del resto de territorios y, a la vez, un elemento estratégico para proyectarnos hacia fuera. Nuestras ciudades serán más *smart* y estarán dotadas de sistemas de gestión integral que facilitarán la movilidad y el acceso a los puntos de interés.

¿Será así la Tarragona 2030? No lo podemos afirmar, sólo estamos en condiciones de apuntar algunas coordenadas. Ahora bien, sí que podemos afirmar que las comarcas de Tarragona están experimentando una ruptura contundente entre el pasado reciente y el futuro para construir. En pocos episodios de la historia el corte ha sido tan contundente. La Tarragona 2030 no será una proyección de la situación actual sino una realidad sustancialmente diferente. Ahora más que nunca hay que reclamar los consensos y la valentía necesaria para participar en los centros de decisión que, a menudo, han faltado en estas comarcas. Si no es así, nuestro futuro lo continuarán construyendo desde fuera.

'Ahora más que nunca hay que tener la valentía necesaria para participar en los centros de decisión'

vinaixa
LEGAL & FISCAL



Segueix-nos a **@VinaixaLegal**

Avinguda Pau Casals, 13. 3r. Tarragona · Tel. 977 212 221 · www.vinaixa.com

23 años

ECONOMIA y negocios

Tres mil estudiantes han realizado prácticas en empresas de Tarragona

En los últimos tres años el número de prácticas en empresas de Tarragona ha crecido un 40% por lo que se prevé un aumento de la actividad económica en la zona.

IRPF: Hacienda devuelve el 90% de lo que recaudó

La recaudación en nuestras comarcas, por la declaración de la renta del pasado noviembre, ascendió a 6.233 millones, 2.403 millones más que en el pasado ejercicio. El 70 por ciento de los 145.010 declarantes fueron a devolver.

RECEPCION DECLARACIONES

Las grandes agencias de publicidad se firman más que nunca

Las grandes agencias de publicidad se firman más que nunca. El primer trimestre del 89, la producción mundial de crudo fue la mayor del decenio.

Reus prepara, para septiembre, una misión comercial a Hungría y Checoslovaquia

La Cámara de Comercio de Reus tiene previsto enviar el mes de septiembre una misión comercial a Hungría y Checoslovaquia.

COLABORACIONES

José Manuel Valiente: El año comienza una primera peculiaridad.

Juan Enrique Ballester Gilmer: La nueva ley de Sociedades: más salubres.

José López: El mercado eléctrico.

Pese al mal año eléctrico, las empresas del sector mantendrán el reparto de dividendos (pág. 7)

En el cuarto trimestre del 89, la producción mundial de crudo fue la mayor del decenio (pág. 8)

Ofertas de empleo

Oportunidades de negocio en la pág. 30

Economía y Negocios

SUPLEMENTO DE ECONOMÍA DEL DIARI DE TARRAGONA Nº 464 08 DE JULIO DE 2001

El ahorro vuelve a refugiarse en los depósitos a plazo

Los altísimos baremos están provocando que el inversor tienda la fe en el parque

RESUMARIO

El ahorro vuelve a refugiarse en los depósitos a plazo

Los altísimos baremos están provocando que el inversor tienda la fe en el parque. El ahorro vuelve a refugiarse en los depósitos a plazo.

El primer trimestre del 89, la producción mundial de crudo fue la mayor del decenio

Ofertas de empleo

Oportunidades de negocio en la pág. 30

ECONOMIA y NEGOCIOS

SUPLEMENTO DE ECONOMÍA DEL DIARI DE TARRAGONA Nº 713 DIMECRES, 28 DE MAIG DE 2006

Cabré: 'Reus ha importado su modelo comercial a Catalunya'

El presidente de la Cámara de Comercio de Reus considera que el Triel es un prototipo que para tener vida al centro hace falta comercio.

Los fabricantes se lanzan a la apertura de tiendas

En la última semana de la campaña de verano se han abierto en Reus un centenar de nuevas tiendas.

RESUMARIO

El ahorro vuelve a refugiarse en los depósitos a plazo

Los altísimos baremos están provocando que el inversor tienda la fe en el parque.

El primer trimestre del 89, la producción mundial de crudo fue la mayor del decenio

Ofertas de empleo

Oportunidades de negocio en la pág. 30

25 de febrero de 1990
Estrenamos suplemento de Economía. El primero que hubo entre la prensa local española.

8 de julio de 2001
Primer rediseño. El 11 de septiembre de 2001, el mundo cambió. Arrancaron también los años del ladrillo.

28 de mayo de 2006
Un nuevo rediseño precedía al crash financiero que iba a anunciar el principio de la Gran Recesión.

BORGES
EXPERTS DES DE 1896

L'AUTÈNTIC VINAGRE BALSÀMIC

Sabor Mediterrani. Sabor Borges.

... I ARA, DONA MÉS SABOR A LES TEVES AMANIDES AMB LES CREMES BALSÀMIQUES.

Serveis regulars i discrecionals

EMPRESA PLANA EXCURSIONS RESERVES GRUPS
977 54 04 93

Més de 370 autocars al seu servei

Informació: 977 21 44 75 / 977 35 44 45
www.autocarsplana.com

1.000 semanas



11 de abril de 2010
Tercer rediseño, en pleno pico ascendente de la 'W' que iba a trazar la Gran Recesión.



31 de julio de 2011
Cuarto rediseño. Economía y Negocios abandona el papel salmón y busca la simplicidad.



17 de febrero de 2013
Nuestro último rediseño. Más análisis y colaboradores, en un esfuerzo constante por mejorar.

En esta imagen se esconden cuatro **Gases for Life**. Y pasión por el medio ambiente.

Dr. Miquel Herrero, Messer Group GmbH, Manager Application Technology Chemistry/Environment
Stefan Teckatz, Messer Industriegase GmbH, Manager Technical Service

Messer produce y suministra gases industriales para todos los ámbitos de la vida diaria. Aunque no se vean nuestros **Gases for Life**, allí están: en la protección del medio ambiente son imprescindibles. Entre muchas aplicaciones, figura el reciclaje de frigoríficos usados mediante nitrógeno líquido (**N₂**) de forma segura y ecológica. Además, el nitrógeno líquido criogénico se utiliza para reciclar PVC como el de las mangueras. En cuanto al dióxido de carbono (**CO₂**), nos referimos al gas medioambiental por excelencia: en el tratamiento de aguas residuales

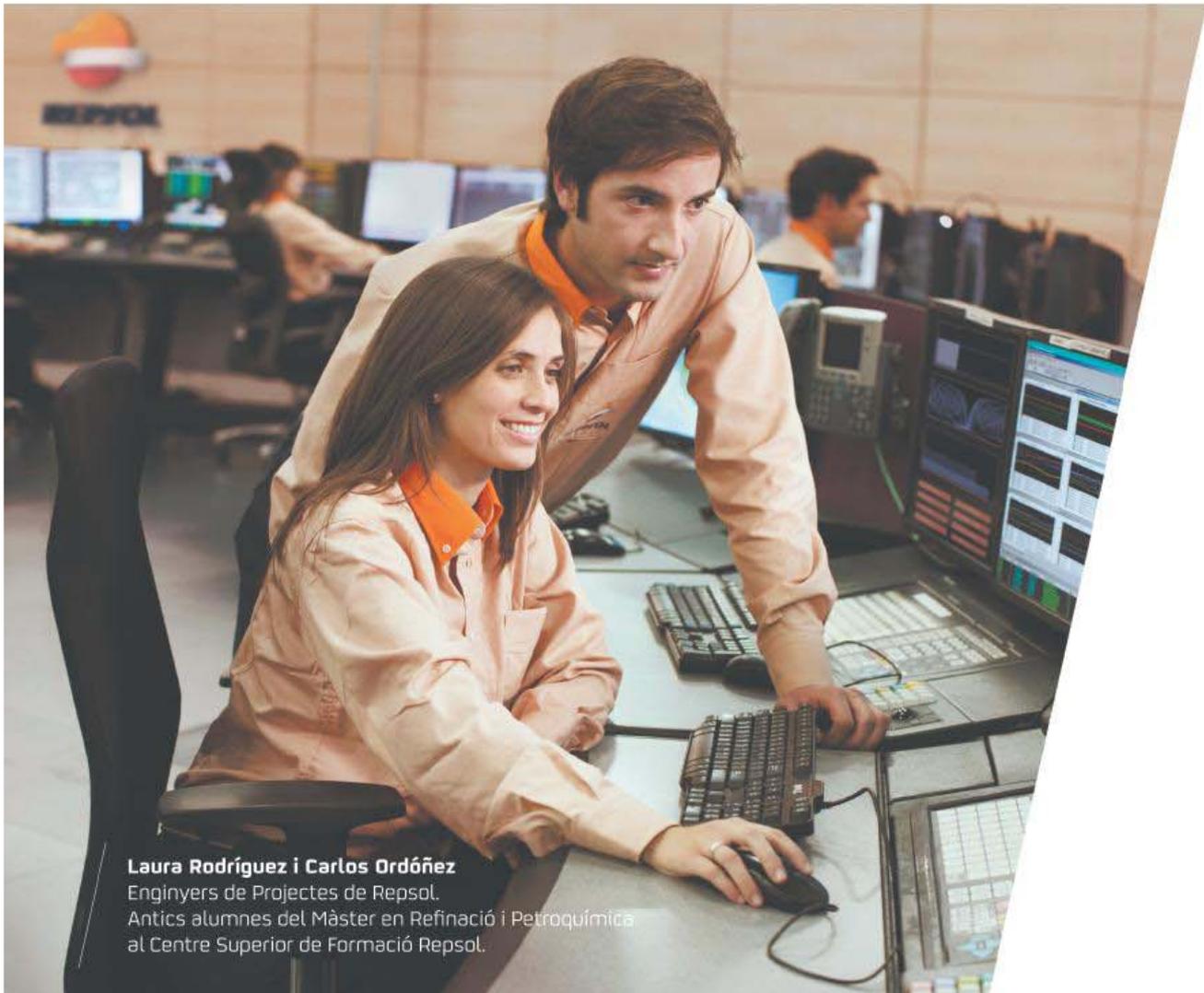
sustituye a los ácidos minerales. El agua potable se trata con dióxido de carbono, oxígeno (**O₂**) y ozono (**O₃**). Este último provoca la oxidación natural de sustancias orgánicas difícilmente degradables en el agua potable. Asimismo, tan solo con ozono, se puede blanquear el papel sin aplicar productos químicos. En resumen: **Gases for Life** son productos naturales que hacen prescindibles muchos productos químicos y que protegen al medio ambiente. Puede encontrar más información en nuestra web www.messer.es o www.gasesforlife.de.



recuperación de papeles
HNOS. FERNANDEZ S.A.

C/ DEL COURE, 6
POLIGON IND. RIU CLAR
43006 TARRAGONA
Tel. 977 206 030

Oferim als nostres clients una gestió integral de tots els seus residus, amb instal·lacions personalitzades per a cadascun dels casos. Reciclem, tractem i valoritzem tot tipus de residus industrials i comercials



Laura Rodríguez i Carlos Ordóñez
Enginyers de Projectes de Repsol.
Antics alumnes del Màster en Refinació i Petroquímica
al Centre Superior de Formació Repsol.

Pla de Formació i Ocupació de Repsol

Més de 1.600 beques i 3.500 noves feines a Espanya en els darrers 5 anys. Perquè formar i oferir una oportunitat als joves del nostre país és la millor manera de construir el futur.

Més informació a repsol.com



REPSOL

Inventem el futur