

## ECONOMÍA

GRUPOJOLY

DESAYUNO DE REDACCIÓN ▶ Presente y futuro de Huelva

# Infraestructuras y unidad: los ejes para el desarrollo de la provincia

● Representantes de los principales sectores económicos de Huelva analizan junto a la Diputación, Puerto, Junta, Cámara de Comercio y FOE la estrategia para lograr el crecimiento económico



REPORTAJE GRÁFICO: JOSUÉ CORREA

El director general de la Cámara de Comercio, Arsenio Martínez; el director de 'Huelva Información', Luis Pérez-Bustamante; el presidente del Consejo Regulador de Vinos del Condado, Manuel Infante; el presidente de la Autoridad Portuaria, José Luis Ramos; el vicepresidente de la FOE, Juan Fernández; el presidente de la Federación de Cofradías de Pesca de Huelva y Andalucía, Manuel Fernández; el presidente de la Diputación, Ignacio Caraballo; el presidente de Freshuelva, Alberto Garrocho; el delegado de la Junta en Huelva, Francisco Romero; el vicepresidente de la Aiqbe, Juan del Olmo, y la gerente de la empresa del sector cárnico Los Romeros de Jabugo, Yolanda Escuredo, en el salón de plenos de la Diputación Provincial antes del inicio del desayuno.

## Ana Vives Casas HUELVA

Parece alcanzable y evidente, pero después de décadas de desarrollo son la base sin la que Huelva se quedará en el vagón de cola del progreso. La provincia necesita unidad e infraes-

tructuras para subirse a la alta velocidad en la que sin más remedio deben estar los sectores estratégicos de la realidad económica de la provincia. Con una unanimidad aplastante, los representantes de la administración y del tejido empresarial de

Huelva ponen sobre la mesa esos dos elementos como base "imprescindible" para que Huelva llegue "donde se merece". Lo más difícil, que es la calidad y la singularidad de la materia prima con la que cuenta, ya lo tiene; ahora queda saber añadir

valor a una producción y acercarla a nuevos mercados para ser competitivos.

El Puerto, La Federación Onubense de Empresarios (FOE), Freshuelva, el Consejo Regulador de Vinos del Condado, La Federación Onubense de Cofradías

de Pescadores, el sector cárnico, la Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas (Aiqbe), la Junta de Andalucía y la Cámara de Comercio se sentaron ante la mesa de un desayuno de redacción organizado por *Huelva Información* y patrocinado por la

## LAS FRASES



**Ignacio Caraballo**  
PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN  
"Hace falta que los empresarios apuesten, innoven, actúen"



**José Luis Ramos**  
PRESIDENTE DEL PUERTO  
"Estamos en un punto de inflexión para lanzarnos, no para seguir reflexionando"



**Juan Fernández**  
VICEPRESIDENTE DE LA FOE  
"El reto de Huelva es superarse a sí misma. El futuro es esperanzador"



**Alberto Garrocho**  
PRESIDENTE DE FRESHUELVA  
"Me preocupa la inversión en un modelo para ganar dinero fácil"



**Manuel Infante**  
C. REGULADOR VINOS DEL CONDADO  
"Los localismos son uno de nuestros principales enemigos"

**3,6**

**Millones de pernoctaciones.**

Son las que deja cada año el turista que elige Huelva como destino.

**790**

**Millones de facturación.** Son los que deja el sector de la fresa en su cuenta anual.

**7.000**

**Empleos.** Entre directos e indirectos, son los que crea la Faja Pirítica, un gran potencial de futuro.

**8.000**

**Trabajo en la industria.** Son los puestos directos e indirectos que generan la empresas de la Aiqbe.



Diputación de Huelva para asentar los cimientos del futuro de Huelva.

A estas alturas nadie duda de la fuerza de las singularidades de la provincia: natural, climatológica, estratégica y productiva con dos elementos que por sí mismos son una etiqueta de presentación: el jamón y la fresa. Pero con eso no vale: “La transformación de los productos debe quedarse aquí”. El primero en subrayarlo fue el presidente de la Diputación, Ignacio Caraballo, a quien le siguieron cada uno de los ponentes que durante más de dos horas ofrecieron una clase magistral de la economía provincial. Caraballo, como buen anfitrión, abrió el turno de intervenciones, tras la presentación del acto por parte del director de este periódico, Luis Pérez-Bustamante. En una exposición concisa, dibujó de forma detallada las bondades de cada uno de los sectores productivos de la provincia. Pero también de las carencias. ¿La primera? Las infraestructuras, fundamentalmente de

comunicaciones. Hubo autocritica, porque el objetivo es avanzar: “No hemos sido capaces de ir todos los partidos de la mano para reivindicar a todas las administraciones conexiones que acerquen el destino”. Abogó por un clúster que se preocupe del desarrollo de la provincia; lo mismo que el director general de la Cámara de Comercio, Arsenio Martínez, que habló de un lobby como eje para “traer a Huelva nada más de lo que simplemente merece”. Una vez más, fue unánime la apuesta por un grupo de presión que el presidente del Puerto de Huelva, José Luis Ramos, entiende que debe incluir “la concienciación” de la sociedad: “Si somos los primeros, eso es sagrado... La conectividad es el futuro, el presente”, sentenció.

La carencia en infraestructuras es la reivindicación histórica de los empresarios. Y el encuentro organizado por *Huelva Información* sirvió una vez más para que desde la Federación Onubense de Empresarios se reclamase su

análisis como un “asunto de Estado”. El vicepresidente de patronal, Juan Fernández, tiene claro que el aeropuerto es “prioritario” porque sin conexiones, el producto pierde mercado, el destino no llega y las conducciones de agua necesarias para los regadíos, tampoco.

**Abogan por una marca unificada que sea capaz de potenciar una única imagen de la provincia**

Los asistentes a la mesa dejaron en la puerta de entrada las siglas y de ahí que esa reivindicación por las conexiones se hicieran extensiva también a la Junta de Andalucía: “Son necesarias las infraestructuras hidráulicas, viarias, el aeropuerto y las hidráulicas”, asintió el delegado provincial, Francisco Romero. La Asociación de Industrias Químicas, Básicas y

Energéticas (Aiqbe) también ve precariedad en las conexiones, pero entiende que hay que reclamarlas con la cabeza fría. Y por eso, su vicepresidente, Juan del Olmo, aboga por “ir a lo mínimo para no perder todo”.

Una de las singularidades de Huelva es la estructura de su tejido empresarial. Se teje con negocios que, en el 87% de los casos, sólo tiene entre 1 y 2 trabajadores. Su densidad se queda por debajo de la media hasta el punto de que harían falta 5.000 negocios más para tener un estatus normal. Pero es que además, en los últimos ocho años se han perdido 400 empresas en el sector de la industria. Para afrontar esta realidad, sólo cabe hacerse fuertes y crecer de la mano de la unión. Básicamente, entendida como cooperación, porque sólo así se coge fuerza para estar presente tanto en el interior como en el exterior. Lo perciben muy bien en las cooperativas, donde saben que los localismos “son el gran enemigo”. Esa falta de unidad se materializa

a la hora de exportar. No hay tamaño suficiente en nuestras empresas para responder a una demanda de producto en el exterior, y si “la exportación es una obligación y no una opción, como entiende la gerente de Los Romeros de Jabugo, Yolanda Escuredo, la unidad es la única vía para crecer y dar respuesta a grandes pedidos. Pero no sólo eso. La imagen de Huelva debe ser como un conglomerado que sea reconocible más allá de las fronteras y para ello hace falta una marca que identifique la mercancía, el producto, el destino o el paquete que se quiera presentar bajo un mismo paraguas. Porque sin unidad se pierde el potencial de tener, por ejemplo, la mayor producción nacional de pulpo, la casi totalidad de chirla de Andalucía o la mayor industria nacional de cigala. ¿El ejemplo a seguir? La DOP Jabugo, “que se ha logrado, aunque hayan hecho falta once años” para ir todos a una y conseguir un producto “universal que se vende solo”.



Manuel Fernández  
FED. COFRADÍAS PESCADORES

**“Es un problema que el fresco se vende sin ningún tipo de valor añadido”**



Francisco Romero  
DELEGADO DE LA JUNTA

**“En Huelva tenemos una clara falta de iniciativa empresarial”**



Yolanda Escuredo  
GERENTE LOS ROMEROS DE JABUGO

**“Hay que potenciar los productos desde una imagen de unidad”**



Arsenio Martínez  
DTOR GNRAL. CÁMARA DE COMERCIO

**“Es esencial el relanzamiento de la industria y el cambio de modelo productivo”**



Juan del Olmo  
VICEPRESIDENTE DE LA AIQBE

**“Tenemos que llegar a la sociedad y saber transmitir lo que hacemos”**