

RAFAEL ÚBEDA

PRESIDENTE DE CASTILLO DE TABERNAS

«Es fundamental crear infraestructuras para que no falte el agua»

TEXTO Y FOTOGRAFÍA: MIGUEL BLANCO

Viene de una tradición empresarial en Almería que comenzó su padre en un taller textil y luego fundando Uberam. ¿Qué aprendió en aquella experiencia?

En aquella época era muy joven, tenía 19 años. Con 25 ya dirigía la cadena Uberam, con más de 21 tiendas en Andalucía Oriental y Castilla-La Mancha. Sobre todo, aprendí a moverme por el mundo. En aquella época, en Almería no había referentes de moda de grandes cadenas; nosotros intentamos serlo y que los almerienses pudiesen vestir las mismas prendas que había en cualquier parte del mundo.

De la ropa a la agricultura, con Castillo de Tabernas, una marca referente del aceite de Almería. ¿Cómo se pasa de una a otra? Tomamos la decisión de cambiar de sector porque veíamos que, en aquellos momentos, la evolución no iba a ser hacia las cadenas de tiendas familiares; de hecho, la mayoría de las cadenas familiares como la nuestra cerraron o no han conseguido evolucionar. Decidimos entrar en el sector del aceite creando una de las primeras marcas de aceite gourmet premium a nivel internacional. Y aportando diferenciales a la producción, como separar la aceituna del árbol de la del suelo a la hora de recolectar, extraer el aceite antes de 24 horas desde su recolección... Todo eso nos llevó a conseguir un aceite virgen extra de alta calidad, con mucha calidad de antioxidantes y con solo 0,1 grados de acidez natural. Fuimos la primera empresa a nivel mundial que, en la etiqueta, reflejó este parámetro.

Y ahora estáis dando el salto a la cosmética, dirigida al ámbito del deporte...

Estamos desarrollando una línea específica para el deporte, que está en la fase final de testarlo en estudios de mercado. Estamos

preparando una estrategia que va a sorprender y a aportar una gran innovación al mundo del deporte a nivel mundial. Están basados en aceite de oliva virgen extra, con 0,1 grados de acidez natural, con antioxidantes y otras plantas naturales.

Y con Viluber Center ha entrado en el terreno de la economía digital...

Vimos que había diferentes necesidades en las empresas a la hora de su desarrollo tecnológico y digital. Una de ellas es que todas tienen diferentes programas de gestión, dependiendo del departamento. Junto con otra empresa, hemos desarrollado una tecnología que permite a cualquier empresa unificar todas sus bases de datos y analizar y gestionar cualquier tipo de informe sin tener que cambiar de programa. Eso evita costes y da mucha agilidad a la gestión.

También funciona como coworking, ¿no?

Estamos cerrando un acuerdo con un centro de economía digital de Estados Unidos y nos vamos a traer el mismo modelo aquí, antes de final de año estará implantado. Va a estar enfocado a que este sea el centro donde estén todas las empresas innovadoras de Almería que tengan algo que aportar en el desarrollo de la economía digital, donde puedan trabajar conjuntamente y buscar sinergias para hacer proyectos todavía más importantes.

¿Tiene futuro una empresa fuera del entorno digital?

No, hoy en día cualquier empresa tiene que estar. Es lo mismo que decir que si una empresa se ve viable sin tener teléfono móvil, o sin tener ordenador. Hay que estar en las redes sociales, por un lado, y por otro estar en un entorno digital que cada día permite a las empresas avanzar más, ser más productivas y rentables. Y eso hace que crezcan

y creen más puestos de trabajos. Lo que se dice de si la economía digital va a quitar puestos de trabajo... Sí, va a quitar unos puestos, pero va a dar la oportunidad de crear muchos puestos nuevos. Hay puestos de trabajo que se van a eliminar, porque no van a ser rentables, y se van a crear otros basados en la economía digital.

Como vicepresidente de la Cámara de Comercio, ¿cuáles son los principales retos del empresariado almeriense?

Uno de los principales retos de la provincia de Almería es la industrialización, dar un paso más, aunque ya el sector de la agricultura ha avanzado muchísimo y es un referente a nivel mundial. En infraestructuras, el principal reto es que no falte agua en Almería para el desarrollo futuro de las miles de hectáreas que se podrían desarrollar. Hay que ayudar a que Almería siga progresando y para eso es fundamental crear infraestructuras para que no falte el agua. Y luego, la llegada del AVE, no solo para el transporte de personas, sino para el de mercancías.

¿Qué imagen tienen las empresas almerienses fuera?

En todo el mundo se conocen los productos hortícolas de Almería, y la imagen es muy buena, como un producto europeo de calidad. Luego, es conocida en países en vías de desarrollo, como en Latinoamérica, China, India o el norte de África, pero por su producción, y buscan imitar su modelo productivo. Ahí hay una oportunidad para las empresas de la industria auxiliar almeriense. Y otro sector importante es el de la piedra natural, en el que tenemos una empresa líder a nivel mundial como Cosentino. Hacemos pocas cosas, pero las que hacemos las hacemos muy bien.

