





EMILIANO ALMANSA, PRESIDENTE DE MAYASA

“El objetivo con corazón y cabeza es sacar a la empresa de la situación en la que está ahora mismo”

Texto: José María Izquierdo
Fotos: Lanza

Emiliano Almansa Rodríguez es el primer presidente de Minas de Almadén y Arrayanes (Mayasa) nacido en la propia localidad de Almadén. Dice que esto le provoca una mayor responsabilidad. Asegura que le obliga a poner más corazón en la gestión, pero también más cabeza para mejorar lo que se pueda partiendo de la realidad actual de la empresa. De 56 años, Ingeniero Técnico de Minas, actualmente es profesor en la Escuela Universitaria de la Universidad regional en Almadén.

PREGUNTA.- En Almadén, siempre se ha deseado que alguien nacido en el pueblo dirigiera Minas de Almadén, porque se suponía que se implicaría más con la empresa que las personas que la han dirigido y que han sido de fuera. Usted es el primero en que se da esa circunstancia, siendo además vecino del pueblo ¿cómo afronta este reto?

RESPUESTA.- Con mucha responsabilidad, evidentemente. Alguien de Almadén, como mínimo, le pondría corazón a la hora de gestionar una empresa de más de dos mil años y ese es mi planteamiento: ponerle corazón, pero sin olvidar que le tengo que ponerle cabeza con el objetivo de intentar que la empresa pueda volver a tener, si no el grado de esplendor que tuvo en su día, sí salir de donde está ahora mismo.

P.- Es obvio que llega a la empresa en un momento en el que la misma ha ido para abajo, eso no se puede dejar a un lado...

R.- Así es. Desde 2011 cuando la UE prohibió la venta de mercurio, la empresa ha tenido en estos siete años pérdidas económicas. Es una realidad que no se nos escapa a ninguno y de lo que se trata es de reinventarnos, mejorar las cuestiones que ahora tenemos entre manos y plantear otras nuevas para conseguir que la empresa tenga una supervivencia para el futuro.

P.- La empresa depende de SEPI, que tendrá que ratificar los propuestas que se le planteen, pero ¿qué planteamientos tiene que se puedan llevar a la práctica?

R.- Las normas reguladoras y de autorización que tiene SEPI le dan todas las prerrogativas a la hora de tomar decisiones. Mi papel será el de proponer planteamientos para que SEPI pueda aceptarlos y canalizar inversiones para la empresa y, si tengo posibilidad, también para Almadén y su entorno.

P.- ¿Qué tipo de inversiones se pueden canalizar, en qué está pensando?

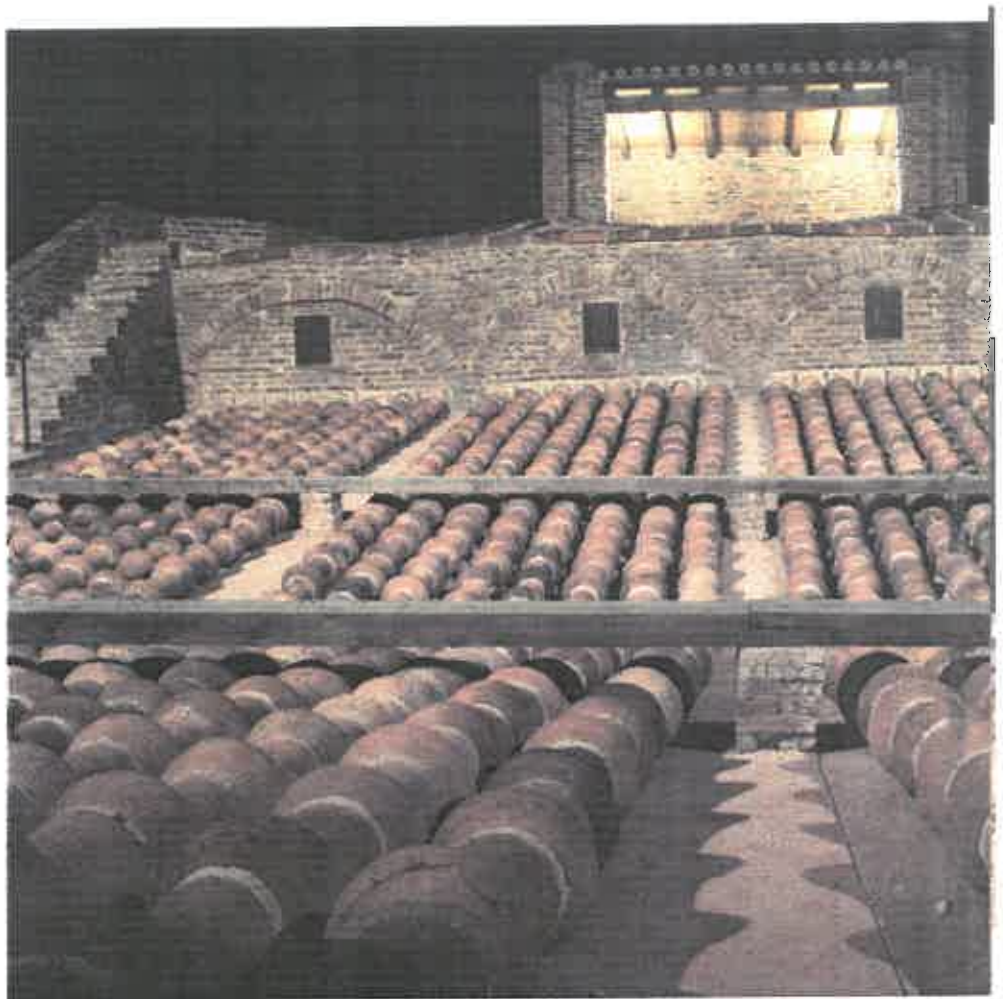
R.- En el poco tiempo que llevo al frente de la empresa, en lo que me encuentro inmerso es en mejorar los números que hasta ahora han tenido las distintas líneas estratégicas que tiene la empresa. El Parque Minero, el Archivo Histórico del Hospital de San Rafael, en el aspecto turístico, la línea de mercurio, con la planta de tratamiento y el Centro Tecnológico, y, finalmente, la Dehesa de Castilseras, que no es lo último que me preocupa, sino que quizá sea en lo primero que podamos intervenir para mejorar la gestión que se estaba realizando y empezar a conseguir resultados positivos de cada una de esas actuaciones.

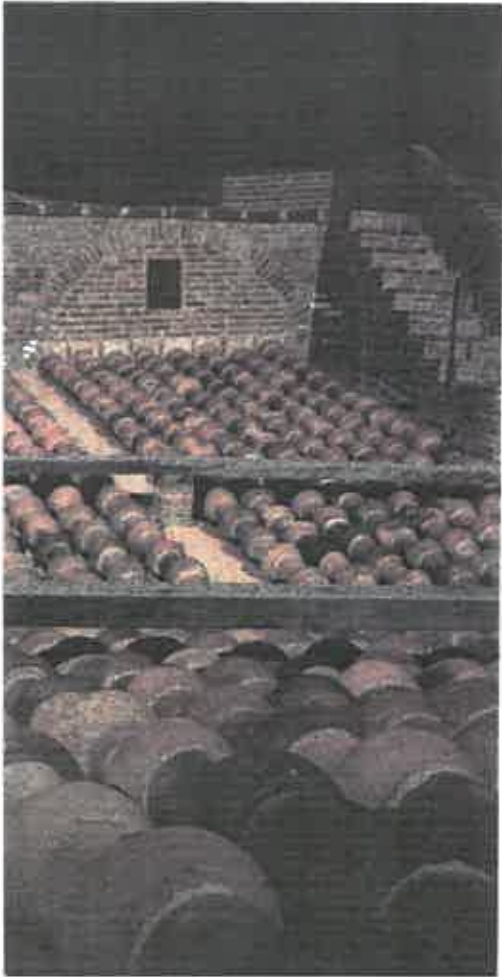
P.- Empezando por la Dehesa de Castilseras, cuando los mineros, a mediados de los ochenta, pasaron a ser agricultores y ganaderos, se pensó que la misma podía ser un gran negocio. ¿Cuál es la situación actual?

R.- En este momento hay una cabaña de vacuno, otra de ovino y está la explotación cinegética. Esos son los tres ámbitos en los que nos movemos. La línea en la Dehesa está en la explotación agropecuaria, por un lado, la cinegética, por otro, la explotación forestal, en tercer lugar, y nos queremos centrar también en la explotación turística. Estamos elaborando un plan de turismo para la Dehesa para hacer complementarias, sostenibles y compatibles todas las actividades que se puedan desarrollar allí.

P.- ¿Qué tipo de actividades?

R.- Serán actividades de carácter cultural, de turismo de naturaleza, observatorios de animales, recorridos de senderismo y de cicloturismo, visitas





R.- Las cifras dicen que, desde el año 2008, que se consiguió el máximo número de visitantes, con 18.099, y el menor se produce en 2013, con 10.190. Desde entonces empezó a subir. Se trata de valorar qué posibles acciones podemos hacer ahora mismo con el fin de atraer mayor número de turistas al Parque Minero y focalizar nuestra publicidad en aquellos lugares en los que creemos que podemos tener más repercusión. Hay muy pocas visitas de carácter internacional, siendo las mayores las de nivel nacional y de Castilla-La Mancha. Intentaremos también reforzar esa publicidad de ámbito interno y ver también otros recursos turísticos que tengamos en la zona con el fin de las que personas que vengan se vean obligadas a pernoctar, porque sin pernoctación no tenemos turismo y el aumento de esos recursos turísticos serán los que nos permitan establecer que tiene que haber más alojamientos para estas personas y, a la vez, poder aumentar ese turismo.

P.- ¿Esto que me está contando tiene que ver con la potenciación turística de la Dehesa de Castilseras?-

R.- Efectivamente. Las visitas turísticas de la Dehesa de Castilseras se sumarían a las visitas del Parque Minero y de otros recursos, con lo cual podemos aumentar de forma importante el número de visitas que podemos tener y, de alguna manera, obligar a la pernoctación. Ahí hay una dificultad porque tenemos también que dar respuesta a la capacidad que tenemos que tener de dar respuesta a las necesidades de los que nos visitan. Ahí podemos hacer alguna acción complementaria importante que es en lo que estamos trabajando.

P.- ¿Cuál será esta acción, la falta de hoteles y restaurantes en el pueblo siempre ha sido un hándicap?

R.- Se trataría de crear algún centro turístico en la propia Dehesa de Castilseras o utilizar el edificio del conocido como el chalé del Consejo para estos menesteres. Que se pudiera pernoctar en alguno de estos dos sitios.

P.- En Almadén, cuando se habla del turismo, siempre también se pone como problema la dificultad de las comunicaciones para llegar al pueblo. Es evidentemente que es un tema que escapa a Minas de Almadén...

R.- Escapa a nosotros, pero somos directamente afectados. Nosotros y, sobre todo, la población de Almadén y de la comarca. Es un hándicap intentar que vengan turistas si no tenemos buenos medios

de comunicación, si no tenemos carreteras, de ahí la importancia de la A-43, y tanto la Junta de Comunidades como el Estado deben ser conscientes de que tenemos una enorme dificultad de poder atraer estos turistas sin los medios de comunicación mínimos, imprescindibles,

para la zona.

Planta de mercurio

P.- Hay dos temas que están relacionados, el Centro Tecnológico del Mercurio y la planta de tratamiento que se está construyendo. ¿Cuál es la situación de ambos?

R.- La planta tuvo un incidente en octubre del



LA EMPRESA TIENE UNA SITUACIÓN DIFÍCIL PORQUE SU PRINCIPAL LÍNEA DE NEGOCIO ERA LA VENTA DE MERCURIO Y AL PROHIBIRSE ESA VENTA POR LA UE AFECTA AL CONJUNTO DE LA EMPRESA. LA ACTIVIDAD AHORA ES NUEVA

año pasado. Ese incidente nos ha obligado a revisar todo el proceso que se trataba de implantar y tenemos un retraso en este sentido. El Centro Tecnológico está colaborando con la planta. El centro no recibe ningún tipo de ayuda a nivel estatal ni regional, con lo cual la gran dificultad que tenemos es que no nos queda más remedio que entrar en buscar convocatorias de carácter regional, nacional o europea, con el fin de captar recursos para los proyectos que tratamos de desarrollar.

P.- En principio, la planta se quería que funcionara a final del año pasado. ¿Cuál fue la incidencia que ocurrió y en qué ha repercutido en estos planes?

R.- El incidente afectó al reactor cuando es puso en marcha la primera fase del proceso y ahora estamos en proceso de revisión, de toma de decisiones, de cambiar el reactor, de plantear dónde pudo estar el problema, de mirar la ingeniería del proceso y de tomar decisiones lo antes posible.

P.- ¿Hay un plazo para que se pueda poner en marcha?

R.- Estamos en proceso de definición de ciertos parámetros técnicos y puede ser que pueda estar funcionando y nuestra intención es que funcione lo antes posible. Puede ser a mediados de febrero o finales de ese mes.

P.- ¿Esto está afectando al negocio, a los acuerdos que al anterior presidente dijo que había con empresas del sector que requerían los servicios de la planta?

R.- Estamos comunicando a los clientes que vamos a tener un retraso y, evidentemente, tiene una aficción directa al negocio.

P.- -Con todos los datos sobre la mesa, ¿qué análisis hace sobre la situación de la empresa?

R.- Que tiene una situación difícil porque su principal línea de negocio era la venta de mercurio y al prohibirse esa venta por la UE afecta al conjunto de la empresa. No es igual tener certezas de que estás vendiendo un producto que, al final, el mercado lo está demandando y tener un ingreso y pasara a una actividad que es nueva, que ha tenido que reinventarse en un corto plazo de tiempo. Eso ha generado una dificultad, una incertidumbre que no se nos escapa a ninguno y digamos que estamos en un proceso de fijar un planteamiento empresarial que le permita tener superávit, siendo consciente que tiene una dificultad importante para poder conseguirlo.

a determinados centros importantes como pueden ser el Baritel de San Carlos o el Cerco de buitrones de Almadenejos. Una variedad de actividades compatibles con la explotación agropecuaria que se desarrolla en ella.

P.- En el tema de las cabañas de vacuno y ovino, uno de los principales acuerdos es con la cooperativa COVAP, ¿no sé se plantean ampliar mercados?

R.- Estamos en proceso de revisión de estas situaciones. En el tema cinegético, por ejemplo, hay una parada biológica de dos años en caza mayor, ciervo y gamo, se podrá seguir cazando, posiblemente, jabalí, y la caza menor. En vacuno y ovino revisaremos todas las situaciones que hay ahora mismo, por si fueran propicias de mejora.

Más visita

P.- El año pasado creció algo el número de visitas al Parque Minero, hasta llegar a las 15.000. ¿Qué hay pensado en el tema del turismo?

Se trata de valorar qué posibles acciones podemos hacer ahora mismo con el fin de atraer mayor número de turistas al Parque Minero y focalizar nuestra publicidad en aquellos lugares en los que creemos que podemos tener más repercusión