



Quirónsalud Marbella: “Destacamos la promoción y prevención de la salud como una obligación de las instituciones sanitarias” **P36**



Juan Manuel Jiménez (Ginemed): “Creemos que la planificación reproductiva debería formar parte de la educación sanitaria” **P37**



María del Mar García (CAE): “Consideramos prioritario avanzar en el impulso y desarrollo efectivo de las especialidades enfermeras” **P39**



Nuria Carmona (Canuca): “La arteterapia ofrece un lenguaje cuando las palabras no alcanzan” **P41**



Jesús Corral Jaime (SAOM): “Apostamos por impulsar una investigación clínica más coordinada, visible y competitiva, situando a Andalucía como referente” **P42**

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

AGOSTO MMXXVI | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES

Leticia Pascual:
“Las mujeres
tenemos una ventaja
competitiva por
nuestra empatía” **P2**

ENTREVISTA.
CONSULTORA EN
DIGITALIZACIÓN. DESAFÍO
CONSOLIDA FOR WOMEN



NUEVA ECONOMÍA

Silvia Cantos.
CEO de Laboratorios
Best Medical
Vivir más ya no es
suficiente: el reto es vivir
mejor **P23**



Ana Jáuregui.
Ingeniera y
Directora-Gerente del Real
Alcázar de Sevilla
El susurro del Paraíso:
Historia, ecología y bienestar
animal en los Reales
Alcázares de Sevilla **P26**



Rosa Siles.
Consejera y Mentora.
Directora Ejecutiva de
Founders Andalucía
La infraestructura
invisible de la
competitividad **P28**



*Gustavo de Medina
y Álvarez.* CEO de
Ibersponsor,
Consultores de
Comunicación
Sevilla ya no necesita más
turistas; necesita generar
más valor **P32**



**Pedro Guanche: “Estamos viviendo
una época en la que el talento
es cada vez más escaso” **P4****

ESPECIAL SALUD, BELLEZA Y MUNDO ANIMAL

**CCEP refuerza
su actuación en
sostenibilidad para
impulsar un modelo de
negocio más competitivo
y resiliente **P6****



**La cifra de negocio
industrial de Andalucía
creció un 12,8% en 2026,
cuatro veces más que en
España **P7****



**Los nuevos autónomos
tienen hasta el 30 de
septiembre para solicitar la
cuota cero y las ayudas al
inicio de actividad **P9****

Leticia Pascual: “Para las mujeres empresarias el principal problema es el equilibrio entre familia y trabajo”



ENTREVISTA

LETICIA PASCUAL

CONSULTORA EN DIGITALIZACIÓN.
DESAFÍO CONSOLIDA FOR WOMEN

ángulos. Esto nos obliga a trabajar desde un punto de vista más personal, desarrollando también la parte emocional y las habilidades, entre las que está el liderazgo, por ejemplo.

Nosotros siempre decimos que si la mujer, la empresaria, no está bien, la empresa nunca va a ir bien. De ahí que partamos siempre desde la raíz, desde la base. Porque muchas de las cosas que ocurren dentro de cada empresaria van a repercutir fuera, en sus empresas y en sus relaciones interpersonales.

Porque estas ocho ediciones del Desafío nos confirman que sus empresas son el reflejo de cómo está ellas por dentro.

En la práctica, ¿cómo se desarrolla el Desafío Consolida por Women?

El Desafío se desarrolla durante cuatro meses, muy intensos, en los que las participantes emprenden un viaje de siete retos. Es un proceso transformador y revelador que exige dedicación: dos mañanas a la semana en formato presencial.

El primero de los retos, con el que comenzamos, pone orden. Y para poner orden es primordial viajar a la parte más emocional, la que conecta con el autodescubrimiento. Es un viaje complicado pero muy enriquecedor porque ayuda a entender el por qué de muchas de las reacciones de las empresarias con sus empresas y ayuda a deshacer nudos y bloqueos en su gestión.

Después, nos centramos en trabajar con claridad cuáles son sus sueños y qué es lo que quieren conseguir. Las responsabilidades y las exigencias suelen limitar la capacidad de soñar de cada empresaria. Y con ello hemos comprobado que muchas veces el verdadero problema es que no tienen claro hacia dónde quieren ir. Cuál es su meta real. Y sin objetivos claros es difícil emprender un camino.

Solo una vez trabajada esa parte inicial, ya empezamos a hacer números para saber cuánto cuesta hacer realidad esos objetivos y tratar de bajar esos sueños a la tierra para que puedan ser factibles. Ahí es en donde se entiende la situación actual de la empresa, las decisiones a tomar y muchas veces debemos ayudarles a aterrizar ideas o a desechar

las que son inalcanzables.

El siguiente paso consiste en trabajar con el cliente. Solo una vez que han superado con éxito los retos anteriores, ponemos el foco en cuáles son las personas de impacto a las que se quieren dirigir realmente.

A pesar de que no se trata de una formación al uso, también contamos con recursos formativos de alto valor: abordamos lo que denominamos como Sistema Operativo Empresarial, para aprender a usar las herramientas digitales y de IA de las que disponemos, y así poder automatizar procesos.

Y finalmente, y yo creo que es lo más importante, creamos e impulsamos una comunidad. Es especial ver cómo en el Desafío encuentran a un grupo de mujeres que están en una etapa muy parecida a la suya y con las que pueden crecer y evolucionar. A este grupo de mujeres que transitan juntas el Desafío, les llamamos La Tribu y se constituye en grupos empresariales que les permiten actuar como consejos de administración con la idea de, entre todas, tomar las mejores decisiones. Ahí cuentan con la ayuda de personas que ya han pasado por anteriores convocatorias y que se convierten en mentoras y formadoras aportando su experiencia a las que están en procesos más incipientes.

A nivel empresarial, ¿qué cree que nos hace diferentes a las mujeres y los hombres?

A lo largo de las diferentes ediciones nos hemos dado cuenta de que las problemáticas de unos y de otros son totalmente diferentes, así como las cualidades que se aplican a los negocios. Yo creo que las mujeres tenemos una ventaja competitiva por nuestra empatía que nos permite conectar con los clientes desde otro punto. Las relaciones son diferentes al igual que nuestros problemas. Para las mujeres empresarias que han pasado por el Desafío, el principal problema es el equilibrio entre familia y trabajo.

Esa parte hay que trabajarla porque no podemos decirle a una empresaria que simplemente sea empresaria cuando además también tienen que atender a su familia. Por eso una de las cosas que tratamos es el equilibrio, que tengan tiempo para ellas, porque la mayo-

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿En que consiste este Desafío Consolida for Women que ya va por su octava edición?

Sí, son ya ocho ediciones las que hemos celebrado. A finales de junio terminamos la octava edición y en septiembre comenzará ya la novena: trabajamos siempre desde la mejora continua.

Para comprender qué es realmente el Desafío, en primer lugar, por contextualizar, es importante subrayar que el Desafío no es un curso de formación. Es un proceso de aprendizaje, indiscutiblemente, pero la idea va más allá, es más amplia y se focaliza en un acompañamiento en la transformación tanto personal como empresarial de las mujeres. Primero como mujeres, después como empresarias y finalmente trabajamos con las mujeres dentro de sus propias empresas. Unimos todos los conceptos. Obviamente trabajamos con múltiples herramientas que mejoran la gestión empresarial, el tiempo, los procesos... pero no descuidamos a quiénes están de esas empresas, quiénes gestionan esos procesos: las empresarias. Qué les afecta, qué las bloquea. Cómo mejorar su situación desde todos los





ría tienen tiempo para todo el mundo menos para ellas. Sin ese autocuidado muchas veces no pueden llegar a nada y no pueden tener una empresa equilibrada.

Es muy importante también el apoyo exterior, tener personas a tu alrededor que creen en ti, que te quieren ver crecer y con las que evolucionar juntas. Es una de las cosas en las que incidimos más. De hecho, en clausura de la última edición se nos ocurrió juntar a dos empresarias cuyos negocios son competencia directa, del mismo sector. Una de ellas comentó que dejó de ver a la otra como una competencia y la visibilizó como a una colaboradora. Se descubre la importancia de las sinergias. Es muy positivo y constructivo ver esa raíz del Desafío: que tú te alegres de ver crecer a tu compañera porque te va a hacer brillar a ti también.

¿Cómo analiza el panorama de emprendimiento en una comunidad como Andalucía?

En Andalucía hay un buen ecosistema de emprendimiento femenino y vienen generaciones muy potentes. Nosotras hemos trabajado con empresarias que son referentes en su sector como puede ser Anuscas Family

o Rosa Guerrero, que dirige la franquicia de Max Mara en Sevilla y es CEO del formato innovador de moda y arte, De Este. Algunas de las empresarias que han pasado por el Desafío también están liderando grupos de Mastermind trasladando todo su bagaje a personas que quieren emprender en su campo y fomentando que ese ecosistema se mantenga en continua retroalimentación.

¿Para cuando está programado el próximo Desafío Consolida for Women?

Comenzamos el 11 de septiembre con una bienvenida a la Tribu. Es un evento que hacemos para que se conozca la comunidad tan maravillosa que hay detrás del desafío. Empresarias que ya han pasado por el Desafío y las que desean comenzar o van a comenzar. Es una manera de

acoger a las nuevas participantes y que vayan conociendo un poquito esa comunidad tan bonita que se ha creado alrededor del desafío.

“En Andalucía hay un buen ecosistema de emprendimiento femenino y vienen generaciones muy potentes”

En esta ocasión va a haber muchas novedades. Una de ellas es que el Desafío Activa for Women será monitorizado por empresarias que ya han pasado por este programa en anteriores ediciones: compartiendo su expertise con las que están empezando. También



hemos planteado lo que hemos denominado Erasmus empresarial para que las emprendedoras puedan ir aprendiendo de la mano de las profesionales de empresas que pertenecen a la Tribu.

¿En qué se diferencia vuestro programa de otros similares?

El nuestro es un acompañamiento 360°. Nosotros, cuando una empresaria entra en el desafío, vamos a volcar todos nuestros esfuerzos para que se convierta en su mejor potencial. Desde la raíz y girando alrededor de todas sus versiones. Entonces todo parte de ahí, de verla crecer, de verla evolucionar.

No pretendemos ser una carga más sino acompañarlas en su evolución hacia donde ella quiera ir y llegar. Esto implica mucho, mucho esfuerzo y tiempo, por supuesto, pero hace que los resultados sean increíbles.

¿Cuáles son los sectores empresariales que predominan en este Desafío?

Normalmente los negocios relacionados con la estética, la decoración, la imagen, el autocuidado, la salud, el sector inmobiliario. Pero cada vez contamos con más empresarias

de tecnología o moda, por ejemplo. Buscamos que los grupos sean lo más diversos posible para que se pongan encima de la mesa todas las perspectivas posibles y se enriquezcan por visiones ajenas.

¿Cree que las políticas públicas existentes favorecen el emprendimiento y el sector empresarial femenino?

Creo que toda la ayuda es poca, porque poco a poco proyectos así hacen que las mujeres empresarias vayan evolucionando y creando empresas más sólidas en el mercado y haciendo un hueco cada vez más fuerte en el tejido empresarial.

Programas como el Desafío Consolida for Women llega, precisamente, a donde la administración pública no puede llegar. Contamos con el apoyo de las instituciones que nos permiten de esa forma, ofrecer un programa como este.

Lo bonito de este tipo de proyectos es que se genera ayuda, no solo a través de los mentores o formadores, sino de mujeres que ya han pasado por ahí, que ya han tenido ese problema en concreto. Entonces se convierte en un soporte de personas de diferente índole que puedan ayudar, desde una abogada, a una persona que trabaja en traducción. Dentro de la comunidad hay muchos perfiles que pueden ayudar a evolucionar a otras.

Para finalizar. ¿Qué objetivos personales y también desde el Desafío Consolida for Women se marcan para el futuro?

En el desafío siempre hablamos de propósito y en ese sentido veo el futuro. Ayudar a las mujeres a tener empresas felices es nuestro propósito. Mi objetivo personal es acabar mi carrera profesional ayudando al máximo de mujeres posible. Nosotros tenemos dos manos así que es necesario crecer acompañada de otras empresarias dentro de esta red que hemos comentado.

En cuanto al Desafío la intención es llegar lo más lejos posible. Ayudar al máximo de empresarias posible, primero a nivel andaluz y después a nivel nacional. Para nosotras esto sería increíble porque creo que es un programa que no se queda en la superficie del contenido, sino que aborda la cuestión desde otros puntos de vista.



Pedro Guanche: “Se avecina una revolución en la productividad y las empresas deben fomentar entornos de formación constantes”

ENTREVISTA

PEDRO GUANCHE

VICEPRESIDENTE AEDIPE ANDALUCÍA (ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECCIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAS)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Para quienes aún no conocen la labor de AEDIPE, ¿cuál es la misión de la asociación y qué papel desempeña en el ámbito de la dirección de personas?

AEDIPE es una asociación profesional e independiente que agrupa a personas vinculadas a la dirección de recursos humanos. Su principal labor es servir de punto de encuentro de profesionales, favorecer el intercambio de conocimientos, experiencias y buenas prácticas.

Desde AEDIPE también defendemos el valor de nuestra profesión, dando relevancia a la gestión de personas en las organizaciones. Además, nuestra estrecha relación con la EAPM (European Association for People Management) nos proporciona una visión amplia de la evolución de los recursos humanos en diferentes países.

En AEDIPE Andalucía trasladamos esa misión a nuestro entorno de profesionales y empresas con observatorios de las últimas tendencias en el ámbito de la Gestión de Personas, con foros especializados, encuentros técnicos, actividades de networking...

La gestión del talento ha pasado a ser una prioridad para las empresas. ¿Cuáles son hoy los principales retos a los que se enfrentan los departamentos de Recursos Humanos?

Estamos viviendo una época en la que el talento es cada vez más escaso. Son muchas empresas las que nos transmiten que no pueden conseguir mejores resultados debido a la falta de personas cualificadas. Existe una importante brecha entre lo que las empresas necesitan y las competencias existentes. Esta situación tiende a agravarse por los cambios demográficos (envejecimiento de plantillas, relevos generacionales...)

Esto supone un enorme reto para los departamentos de RRHH, ya que nos permite estar muy cerca de la toma de decisiones, y ser clave en los resultados empresariales.

Las organizaciones deben ser capaces de atraer y fidelizar a una fuerza laboral cada vez más diversa, y responder a sus expectativas. Todo esto hace que los departamentos de RRHH estén adquiriendo un rol cada vez más estratégico.

El mercado laboral está cambiando a gran velocidad. ¿Qué competencias consideras imprescindibles para los profesionales del presente y del futuro?

Estamos viviendo un momento muy interesante para el mercado laboral, donde competencias tradicionales están dejando paso a nuevas capacidades.

Los conocimientos adquiridos cada vez tendrán una vida más corta debido a la velocidad de los cambios. Cuanto más avanza la tecnología y el mundo de la Inteligencia Artificial, mayor valor adquieren



competencias humanas básicas: capacidad de adaptación, creatividad, comunicación, dirección de equipo, pensamiento crítico...

En definitiva, el “lifelong learning” será una competencia básica en el futuro, ya que no se valorará tanto lo que sabes, sino la capacidad que tienes de aprender y saber usar las herramientas disponibles.

La transformación digital y la inteligencia artificial están revolucionando el mundo del trabajo. ¿Cómo deben prepararse las empresas para afrontar este cambio sin perder el foco en las personas?

Somos conscientes de la inquietud que genera actualmente este tema entre muchos profesionales, sin embargo, creo que es una enorme oportunidad para las

personas y las empresas. Las personas podremos dejar de hacer tareas repetitivas y de escaso valor añadido, por lo que las empresas podrán dedicar ese tiempo y esa capacidad a actividades de mayor valor.

No se trata de ahorrar, sino de utilizar estos cambios para hacer crecer a las personas y las empresas.

Para ello las empresas se deben preparar, dotando a su plantilla de herramientas que le permitan liberarse de esas tareas repetitivas, y reenfocando la vida profesional de sus trabajadores a través de adaptaciones de puesto, formación, upskilling...

Cada vez se habla más de bienestar laboral y salud mental. ¿Qué importancia tiene este aspecto en la estrategia de una organización?

El tema de la Salud Mental está adquiriendo en los últimos años una gran relevancia en las organizaciones. Las bajas laborales derivadas de procesos de salud mental están alcanzando cifras récord, tanto por su incremento como por la duración de las mismas, y además preocupa especialmente su incidencia entre los trabajadores más jóvenes.

En este sentido las empresas debemos actuar en dos planos:

- Crear entornos laborales sanos, con cargas de trabajo adecuadas, fomentando la flexibilidad y conciliación, responsabilidades claras, ...

- Por otro lado, las empresas deben hacer una buena política de prevención de riesgos psicosociales, promoviendo entornos psicológicamente sanos, con canales de escucha, y apoyo profesional cuando sea necesario.





En un entorno de escasez de talento, de rotación elevada, y donde las compañías nos preocupamos por la fidelización de nuestros empleados, cuidar de la salud es una buena palanca para conseguir esos objetivos.

¿Cómo ha evolucionado el concepto de liderazgo en los últimos años y qué cualidades debe reunir un buen líder en la actualidad?

El liderazgo ha cambiado mucho en los últimos años, el verdadero liderazgo es el que es capaz de generar confianza y compromiso con los proyectos.

El liderazgo se tiene que adaptar a las nuevas realidades en el ámbito laboral: Muchos trabajadores lo hacen de manera híbrida o en remoto, la permanencia en las compañías es cada vez más corta, la IA sabe más que la mayoría de los jefes, todos estos conceptos son relativamente nuevos y obligan a cambiar la manera en la que hemos entendido tradicionalmente el liderazgo.

El buen líder debe ser ejemplo de coherencia entre lo que dice y hace, su labor no está exento de tomar decisiones difíciles, pero siempre desde el respeto profesional y la empatía.

En mi opinión el liderazgo moderno va más de saber rodearse de un buen equipo, diverso, y donde se cree un caldo de cultivo donde todos puedan aportar al grupo.

La atracción y fidelización del talento se ha convertido en uno de los grandes desafíos empresariales. ¿Qué están haciendo las organizaciones que mejor lo consiguen?

La atracción y fidelización del talento está siendo uno de los grandes retos de las empresas a día de hoy. Para conseguirlo no es cuestión de una única acción, son una serie de medidas encaminadas a conseguir los profesionales que necesitan las empresas.

En estos momentos hay muchas iniciativas encaminadas a estos objetivos, pero hay algunas en las que coinciden muchas empresas: Ofrecer proyectos atractivos y de desarrollo, apostar por la promoción interna, proporcionar autonomía en

la toma de decisiones, apostar por la flexibilidad laboral, tener unos valores empresariales muy firmes..., debemos tener en consideración que las empresas no están solas en el mercado y que las personas escogerán aquellas organizaciones en la que se puedan desarrollar mejor profesionalmente.

¿Qué papel juega la formación continua en un entorno laboral tan cambiante y cómo pueden las empresas fomentar una cultura de aprendizaje?

Tal y como hemos comentado antes, el mercado laboral va a vivir una revolución debido a la incorporación masiva de la IA en nuestras vidas. Diversos estudios apuntan que su utilización mejora la productividad en algunas tareas por encima del 30 %, y este es un dato que sin duda crecerá en los próximos años.

Se avecina una revolución en la productividad, y para ello las empresas deben fomentar entornos de formación constantes, y los trabajadores potenciar su capacidad de aprendizaje, de adaptación, su curiosidad por aprender nuevas formas de hacer las tareas.

Para ello debemos cambiar incluso nuestra manera de formar, la acumulación de conocimientos debe dejar paso a la capacidad de aprender (y desaprender), ya que no se valorará tanto los conocimientos que tengas, sino tu capacidad para adquirirlos e interactuar con herra-

mientas disponibles.

Aquí me gustaría destacar “el valor de la experiencia”, y es que en un entorno donde las denominadas competencias blandas adquieren significancia frente a los conocimientos técnicos, son los profesionales senior, en muchas ocasiones denostados por el mercado laboral, los que tiene más que aportar.

Desde AEDIPE, ¿qué tendencias observáis en materia de diversidad, inclusión y conciliación dentro de las organizaciones?

En este aspecto también se observan cambios significativos, las empresas que gestionan mejor estos conceptos y lo integran dentro de su “ADN”, son más atractivas para el talento (escaso), y suelen tener menor nivel de rotación.

Son muchas las organizaciones que están pasando del “presentismo” a modelos basados en la gestión por objetivos, fomentando otros modelos de trabajo más flexibles e híbridos que permiten, entre otros aspectos, mejoras en materia de conciliación.

También observamos como estamos en unos de los momentos empresariales donde más generaciones diferentes están conviviendo al mismo tiempo en de las organizaciones. Esta diversidad provoca

distintas maneras de ver las cosas que, bien gestionadas, considero que es una oportunidad de aprendizaje para todas las partes.

Sin duda, una gestión adecuada de la diversidad y tener una verdadera política de inclusión es una palanca de atracción de talento. Las personas queremos trabajar en empresas así.

¿Qué iniciativas impulsa AEDIPE para apoyar a los profesionales de la gestión de personas y contribuir al desarrollo del tejido empresarial?

Desde AEDIPE Andalucía trabajamos en varias iniciativas:

- Observatorio de tendencias, son encuentros empresariales donde analizamos las diferentes novedades que hay entorno a la gestión de personas.

- Aula Laboral, en esta iniciativa pretendemos reunir a grupos pequeños de profesionales del ámbito más legal de los recursos humanos, y compartir experiencias y buenas prácticas.

- Foro AEDIPE, donde solemos colaborar con diferentes asociaciones, y escuelas de negocio, y solemos plantear debates más allá del ámbito exclusivo de la función de recursos humanos.

En cada una de nuestras actividades solemos finalizar con un espacio para el encuentro entre los profesionales que han asistido al mismo.

Mirando al futuro, ¿cómo imagina el mundo del trabajo dentro de cinco o diez años y qué papel seguirá desempeñando AEDIPE en esa evolución?

Me imagino un mundo laboral profundamente tecnológico, esto va a ayudar a la flexibilidad, será un entorno basado en las capacidades y donde la IA hará gran parte de nuestro trabajo actual, donde la capacidad de aprendizaje continuo será más importante que los conocimientos con los que te incorpores a las empresas.

Pero la tecnología no va a sustituir a las personas, más bien todo

lo contrario, se potenciarán competencias como la creatividad, la empatía, el pensamiento crítico, la gestión de equipos... y en esto seguiremos siendo muy superiores las Personas.

AEDIPE es la asociación de Dirección de Personas más antigua de España, por lo que hemos acompañado a la profesión en todos los cambios que ha habido en nuestro mercado laboral, y en un futuro pretendemos seguir siendo ese punto de encuentro entre profesionales del ámbito de la Gestión de Personas, y potenciar la importancia de la labor de los departamentos de RRHH en las empresas.

¿Qué valor aporta hoy pertenecer a una asociación profesional como AEDIPE en un entorno tan cambiante?

Hoy más que nunca los profesionales necesitan compartir experiencias, contrastar ideas y aprender de quienes afrontan retos similares. Formar parte de AEDIPE significa acceder a conocimiento de calidad, generar relaciones profesionales de alto valor y participar en una comunidad que impulsa el desarrollo de la función de Personas. Además, permite anticiparse a las tendencias, conocer buenas prácticas y contribuir activamente a la evolución de la profesión.

¿Qué mensaje trasladarías a los jóvenes profesionales que quieren desarrollar su carrera en el ámbito de la Dirección de Personas?

Les diría que están entrando en una de las profesiones con mayor impacto en el futuro de las organizaciones. La tecnología seguirá transformando la forma de trabajar, pero el verdadero diferencial seguirá estando en las personas. Por eso les animaría a mantener una actitud de aprendizaje continuo, desarrollar competencias como la empatía, la comunicación, el pensamiento crítico y la capacidad de adaptación, y participar en foros profesionales como AEDIPE, donde podrán aprender de otros profesionales y ampliar su visión del negocio.



► Devolvió a la naturaleza y a los territorios 4,6 millones de metros cúbicos de agua, el equivalente al 162,2% del agua contenida en sus bebidas en España en 2025

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Coca-Cola Europacific Partners (CCEP) refuerza su actuación en sostenibilidad como palanca de competitividad y resiliencia, integrándola en su negocio y concentrando el foco en aquellas áreas donde puede generar mayor valor: descarbonización, gestión del agua, envases e impacto en las comunidades.

“La sostenibilidad forma parte integral de nuestra estrategia de negocio y se apoya en la innovación y la colaboración a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Nuestro plan de acción en sostenibilidad está diseñado para aprovechar los aprendizajes derivados de los avances que ya hemos logrado y de un conocimiento más profundo de los mercados, contribuyendo a impulsar el impacto local y a crear valor a largo plazo”, señala Joe Franses, Vicepresidente de Sostenibilidad de Coca-Cola Europacific Partners a nivel global.

“Los avances de 2025 en España muestran cómo aterrizamos localmente esa visión en actuaciones y resultados tangibles. Nuestro objetivo es seguir avanzando con rigor, priorización y transparencia allí donde podemos generar un mayor impacto para el negocio y para el territorio”, señala Beatriz Arribas, Senior Manager de Sostenibilidad de Coca-Cola Europacific Partners Iberia.

Clima: avanzar en la descarbonización de la cadena de valor

En clima, CCEP se ha fijado como objetivo global alcanzar las cero emisiones netas de gases de efecto invernadero en 2040 en toda su cadena de valor y reducir sus emisiones absolutas de GEI de alcance 1, 2 y 3 un 30% en 2030 respecto a 2019. Para avanzar en esta hoja de ruta, ha invertido a nivel global más de 420 millones de euros entre 2022 y 2024 y prevé destinar alrededor de 385 millones de euros adicionales entre 2025 y 2027 a iniciativas de reducción de emisiones.

En España, la compañía ha reducido sus emisiones GEI de alcance 1, 2 y 3 un 24,4% desde 2019, al pasar de 1.026.911 toneladas de CO₂e a 776.815 toneladas en 2025, es decir, alrededor de 250.000 toneladas menos. Esta evolución refleja una descarbonización progresiva apoyada en electricidad renovable, eficiencia energética, logística sostenible, reducción de materiales de origen fósil, aligeramiento de envases y equipos de frío más eficientes, en colaboración con proveedores y otros socios de la cadena de valor.

En 2025, el 100% de la electricidad adquirida por CCEP en España procedió de fuentes renovables. La compañía también mantiene el foco en la eficiencia de sus procesos productivos, con una ratio de uso energético en fabricación de 0,35 MJ por litro de producto terminado.

Agua y naturaleza: eficiencia hídrica y restauración de agua a los territorios

El agua es otro de los ejes centrales de la estrategia de sostenibilidad de CCEP. A nivel global, This is Forward fija el objetivo de de-



CCEP refuerza su actuación en sostenibilidad para impulsar un modelo de negocio más competitivo y resiliente

volver a la naturaleza y a las comunidades al menos el 100% del agua utilizada en sus bebidas terminadas para 2030, así como al menos el 85% del total del agua utilizada en ubicaciones de alto riesgo hídrico para 2030 y el 100% para 2035.

En España, CCEP participó en proyectos de restauración hídrica que han permitido la recuperación de 4.644.450 metros cúbicos de agua en 2025, el equivalente al 162,2% del agua contenida en sus bebidas. Estas iniciativas contribuyen a la restauración de ecosistemas, la recarga de acuíferos, la mejora de la resiliencia hídrica y la protección de cuencas hidrográficas clave. Además, en sus tres ubicaciones clasificadas como de alto riesgo hídrico en España, la compañía devolvió 1.820.650 metros cúbicos de agua, el equivalente al 68,1% del agua utilizada en esos emplazamientos.

La compañía continúa trabajando también en la eficiencia hídrica de sus operaciones. En 2025, la ratio de uso de agua en sus procesos de fabricación en España se situó en 1,74 litros de agua por litro de bebida producido, frente a los 1,76 litros del año anterior.

Envases: circularidad, reciclabilidad y uso de material reciclado

En envases, CCEP trabaja para aumentar las tasas de recogida y reciclaje de botellas y latas y sustituir progresivamente el plástico virgen de origen fósil por plástico reciclado. Los objetivos globales de This is Forward establecen que en 2030 recogerá y reciclará el equivalente de al menos el 85% de las botellas y latas que pone en el mercado y que al menos el 30% del PET utilizado para fabricar botellas de plástico será PET reciclado.

En España, el 100% de los envases de CCEP fueron reciclables o reutilizables en 2025 y el 58,5% del PET utilizado en sus botellas fue PET reciclado, excluyendo tapón y etiqueta. Asimismo, la compañía mantiene un peso relevante de los modelos retornables, con un 92,9% del vidrio comercializado en formatos rellenables, reforzando el papel del retorno como solución circular de alto valor.

La compañía trabajando en la incorporación de materiales reciclados, la colaboración con proveedores y la mejora de los sistemas de recogida y reciclaje.

Comunidades: empleabilidad, voluntariado e impacto local

En España, la compañía reforzó en 2025 su contribución al desarrollo social y económico de las comunidades locales, con el objetivo de generar un impacto positivo y fortalecer su resiliencia. A través de iniciativas centradas en el desarrollo de capacidades, la empleabilidad, el emprendimiento, la inclusión y la sensibilización ambiental, CCEP apoyó a 16.200 personas, impulsando oportunidades de crecimiento personal y profesional y favoreciendo una transición hacia comunidades más resilientes. Además, destinó 3.583.900 euros a proyectos sociales y ambientales en España, en colaboración con entidades sociales, instituciones y partners estratégicos.

A ello se suma la implicación de sus empleados, que dedicaron 7.200 horas remuneradas a actividades de voluntariado corporativo. Estos resultados se recogen en el nuevo Informe de Sostenibilidad 2025 para España, que refleja cómo CCEP integra la sostenibilidad en su forma de operar y la traduce en avances medibles en clima, envases, agua y naturaleza y comunidades.

La cifra de negocio industrial de Andalucía creció un 12,8% en 2026, cuatro veces más que en España

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El dinamismo de la economía andaluza vuelve a encontrar en la industria uno de sus principales motores. La cifra de negocios del sector aumentó un 12,8% interanual durante el pasado mes de mayo en Andalucía, lo que representa una subida cuatro veces superior a la media de España, que se situó en el 3,2%.

La vicepresidenta tercera, consejera de Economía, Hacienda y Fondos Europeos y portavoz del Gobierno de la Junta de Andalucía, Carolina España, ha resaltado que se trata del mayor crecimiento registrado entre todas las comunidades autónomas. “Estos datos confirman por tanto la fortaleza de la industria andaluza, una actividad que gana peso y capacidad de respuesta y que nos permite afrontar el futuro con mayores oportunidades para las empresas y para el empleo”.

Según datos del Observatorio Económico Semanal elaborado por la Secretaría General de Economía a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), en los cinco primeros meses del año la cifra de negocios de la industria andaluza creció un 7,4% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Un avance que duplica ampliamente el valor registrado en España: 3,1%.



El Observatorio pone de manifiesto cómo la industria manufacturera elevó su cifra de negocios un 7,3% interanual hasta mayo. Destaca especialmente la metalurgia, con un aumento del 26%. También resulta significativo el comportamiento de la industria extractiva, cuya cifra de negocios avanzó un 14,3%; y la industria química, con hasta un 5,5% de subida.

La consejera ha señalado que la evolución que está experimentando la industria en Andalucía “constituye una señal positiva para la transformación del tejido productivo y la consolidación de un modelo económico más fuerte y con mayor capacidad de crear oportunidades”. En este sentido, ha explicado que la “fortaleza de la industria manufacturera, el avance de la metalurgia y el comportamiento de la química muestran un sector diversificado y con capacidad para responder a las nuevas demandas de los mercados”.

Pago a proveedores

A todo esto, hay que sumar que Andalucía fue la comunidad que menos tardó en pagar a proveedores el pasado mes de mayo, con 14,94 días de media, frente a los 20,85 de la Administración Central (supone sólo una leve disminución de 0,79 días respecto a abril) y a los 24,17 de las comunidades autónomas (1,58 más respecto a abril), según datos del Ministerio de Hacienda que recogen el Periodo Medio de Pago a Proveedores (PMP).

Andalucía, a la que siguieron Galicia (14,97 días) y Aragón (16,9 días), cumple así, y con ventaja, el plazo establecido como límite legal (30 días).

Carolina España ha subrayado que “Andalucía es una Administración eficiente y que cumple con sus proveedores”. Así, ha resaltado que “en mayo hemos sido la comunidad autónoma que menos ha tardado en pagar, con un periodo medio de pago a Proveedores de 14,94 días, prácticamente la mitad de la media del conjunto de las comunidades autónomas”.

Para la responsable de la cartera de Economía en el Gobierno andaluz, “detrás de estos datos hay una gestión rigurosa y responsable de los recursos públicos, pero también un compromiso claro con nuestras empresas, especialmente con pymes y autónomos: pagar en tiempo y forma significa dar liquidez, mejorar la capacidad de planificación y reforzar la actividad económica y el empleo”. También ha recordado que el Gobierno andaluz sigue trabajando para que “la Administración andaluza sea el mejor aliado para quienes generan riqueza y oportunidades en nuestra tierra”.

Mientras, el plazo de pago de las Entidades Locales fue de 31,20 días y el PMP registrado en los Fondos de la Seguridad Social 10,49 días.





REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Grupo Loro Parque ha alcanzado un nuevo hito en su compromiso con la sostenibilidad al evitar, durante 2025, aproximadamente 58 toneladas de plástico de un solo uso en su línea de restauración. Para dimensionar el alcance de este resultado, la cantidad eliminada equivale al peso aproximado de 39 coches utilitarios.

Este avance ha sido posible gracias a la transición hacia materiales 100 % compostables y se enmarca en Bye Bye Plastic, la estrategia desarrollada por el Grupo Loro Parque para eliminar progresivamente los plásticos de un solo uso de sus instalaciones.

La iniciativa ha permitido sustituir materiales plásticos, que pueden tardar hasta cinco siglos en degradarse, por alternativas que, mediante una gestión adecuada, pueden transformarse en compost y regresar a la tierra en forma de abono.

Una transformación que alcanza a toda la organización

La estrategia Bye Bye Plastic no se limita a una actuación puntual, sino que forma parte de una política transversal que implica a todos los departamentos y procesos de la compañía.

En la línea de restauración, el Grupo Loro Parque ha incorporado vajillas y utensilios compostables, ha eliminado las opciones monodosis y utiliza envases transparentes fabricados a partir de polímeros de origen vegetal, procedentes de materias primas como el maíz o la remolacha.

Asimismo, se han instalado fuentes de agua en las zonas destinadas al personal, reduciendo la necesidad de utilizar botellas desechables. La compañía también trabaja con sus proveedores externos mediante una política orientada al retorno, la reducción y la reutilización de los elementos que contienen plástico.

Estas actuaciones responden a un modelo basado en la prevención, que prioriza evitar la generación de residuos, buscar alternativas con un menor impacto ambiental y promover una utilización más responsable de los recursos.

El Grupo Loro Parque evita en un año una cantidad de plástico equivalente al peso de 39 coches

Una reducción del 98 % en los parques

El hito alcanzado en restauración durante 2025 se suma a los resultados globales de la estrategia Bye Bye Plastic, gracias a la cual el Grupo Loro Parque ha logrado reducir en un 98 % la utilización de plásticos de un solo uso en sus parques.

Este porcentaje refleja el alcance de una estrategia que ha transformado numerosos procesos internos y que se complementa con la separación selectiva de residuos, la colaboración con gestores autorizados y la búsqueda constante de nuevas soluciones vinculadas a la economía circular.

La labor educativa del Grupo Loro Parque y Loro Parque Fundación llega a más de 42.000 escolares durante el curso 2025/2026

El Grupo Loro Parque y Loro Parque Fundación cierra el curso escolar 2025/2026 con un balance de más de 42.000 estudiantes participantes en sus diferentes programas educativo. Los resultados consolidan la educación ambiental como uno de los pilares de la actividad del Grupo y reflejan el interés creciente de la comunidad educativa por la biodiversidad, el bienestar animal y la conservación de la naturaleza.

“Estos resultados demuestran que existe un interés creciente por acercar la conserva-

ción y el respeto por los animales a las nuevas generaciones. Alcanzar un nivel de satisfacción del 98% por parte del profesorado nos anima a seguir desarrollando propuestas educativas rigurosas, participativas y capaces de despertar en el alumnado el compromiso con la protección de la naturaleza”, afirma la directora de Administración de Loro Parque, Cybell Kiessling.

Las actividades educativas presenciales en Loro Parque y Poema del Mar reunieron a 9.411 escolares en 254 visitas, diseñadas para favorecer el conocimiento de los animales, los ecosistemas y los principales desafíos relacionados con la protección del medioambiente.

La programación se extendió también a los propios centros educativos y a espacios naturales. En total, se desarrollaron 78 actividades complementarias, entre ellas acciones de sensibilización y limpiezas de playa, que contaron con la participación de 5.386 estudiantes. Estas experiencias permiten al alumnado conocer de forma directa el impacto de los residuos y comprender la importancia de proteger el entorno marino.

La educación digital continuó ampliando el alcance territorial del programa. Durante el curso se realizaron 24 videoconferencias, en las que participaron 4.070 escolares de 93 centros educativos. Las conexiones llegaron a

centros de toda la geografía canaria y también a alumnado de Castilla-La Mancha y Aragón.

Una de las iniciativas de mayor impacto fue la Exposición Itinerante de Cetáceos de la Macaronesia, que visitó 65 centros escolares y alcanzó a 19.386 estudiantes. La muestra permitió divulgar la riqueza de los cetáceos presentes en las aguas del archipiélago, las amenazas que afectan a estas especies y la necesidad de conservar sus hábitats. Además, estuvo presente en citas culturales y divulgativas como FIMAR y MUECA.

El Grupo Loro Parque participó igualmente en siete ferias relacionadas con la sostenibilidad, la ciencia y el clima, además de colaborar en encuentros solidarios y actividades centradas en la conservación marina.

La formación y el acompañamiento al profesorado volvieron a ocupar un lugar de gran importancia. A lo largo del curso se celebraron 82 Jornadas Informativas del Profesorado, en las que participaron 3.409 docentes de 617 centros educativos. Estos encuentros facilitan el conocimiento de los recursos pedagógicos disponibles y favorecen la incorporación de contenidos relacionados con la biodiversidad, la sostenibilidad y el respeto por los animales a la actividad escolar.

El nivel de satisfacción del profesorado alcanzó el 98%, un resultado que pone de manifiesto el valor didáctico de las propuestas y la calidad del trabajo desarrollado por el equipo educativo.

“El balance del curso 2025/2026 confirma la consolidación de nuestro modelo educativo basado en la divulgación científica, la experiencia directa y la participación activa. Con estas iniciativas, continuamos trabajando para despertar en las nuevas generaciones la curiosidad, el respeto por los animales y el compromiso con la protección de la naturaleza”, concluye Kiessling.



Los nuevos autónomos tienen hasta el 30 de septiembre para solicitar la cuota cero y las ayudas al inicio de actividad

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo mantiene abierto hasta el próximo 30 de septiembre el plazo para que las nuevas personas trabajadoras autónomas soliciten dos de los principales incentivos puestos en marcha por el Gobierno de Andalucía para apoyar el emprendimiento: la cuota cero, que consiste en el reintegro de las cantidades pagadas a la Seguridad Social durante el primer año de actividad; y las ayudas al inicio de actividad, con incentivos que oscilan entre los 3.800 y los 5.500 euros.

Ambas líneas de apoyo son compatibles entre sí, por lo que una misma persona trabajadora autónoma que reúna los requisitos puede beneficiarse de las dos medidas, reforzando así el respaldo económico durante los primeros años de actividad y pudiendo sumar hasta 6.500 euros en ese periodo.

En el caso de la cuota cero, la ayuda consiste en el reintegro de las cantidades abonadas a la Seguridad Social durante los 12 primeros meses de actividad por las personas trabajadoras autónomas acogidas a la tarifa reducida estatal. También pueden acceder a este incentivo las autónomas que reanuden su actividad tras un cese por nacimiento, adopción, acogimiento o tutela, así como las personas con discapacidad igual o superior

al 33%, víctimas de violencia de género o de terrorismo que disfruten de las reducciones previstas por la Seguridad Social.

La solicitud puede presentarse una vez cumplidos los 12 meses de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) y el procedimiento se realiza íntegramente de forma telemática, sin necesidad de aportar documentación adicional (<https://lajunta.es/6f0hl>). La Junta abona directamente el importe correspondiente a las cuotas satisfechas durante ese primer año, alrededor de 1.000 euros.

Además, determinados colectivos pueden beneficiarse de un segundo año de cuota cero, hasta completar 24 meses de bonificación. Es el caso de las autónomas que retomaron su actividad tras la maternidad, las personas con discapacidad o víctimas de violencia de género o terrorismo, así como quienes acrediten unos rendimientos económicos netos inferiores al salario mínimo interprofesional durante el segundo año de actividad.

Inicio de actividad

Por otro lado, las ayudas al inicio de actividad ofrecen incentivos de entre 3.800 y 5.500 euros para facilitar la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales. Recientemente, la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo ha ampliado el presupuesto de esta convocatoria hasta

128,22 millones de euros, con un incremento de 24,2 millones que permitirá atender a unas 5.440 personas trabajadoras autónomas más.

Los beneficiarios de estas ayudas, financiadas con recursos del Fondo Social Europeo Plus, transferencias finalistas del Estado y fondos propios de la Junta de Andalucía, deben estar dados de alta en el RETA o en el grupo primero de cotización del Régimen Especial de los Trabajadores del Mar en el momento de presentación de la solicitud. Además, deben estar acogidos a la cuota reducida en sus aportaciones a la Seguridad Social, desarrollar su actividad económica o profesional en Andalucía y contar con un plan de viabilidad de la actividad proyectada también en la fecha de presentación de la solicitud.

De esos cuatro requisitos, el segundo y el tercero deben cumplirse con carácter previo al momento en que se dicte la correspondiente resolución de concesión. Del mismo modo, la convocatoria establece que los trabajadores autónomos beneficiarios deben mantener de forma ininterrumpida su actividad durante 12 meses contados a partir del día de la presentación de la solicitud.

Respecto a las cuantías, oscilan en función de los colectivos en los que se integren los solicitantes y del número de habitantes

del municipio en el que desarrollen su actividad. Así, se contemplan subvenciones de 3.800 euros en los casos de trabajadoras autónomas mayores de 35 años y trabajadores autónomos de más de 30 años, mientras que, en el caso de trabajadoras autónomas menores de 35 años y trabajadores autónomos de menos de 30 años, las ayudas se incrementan hasta los 5.000 euros.

En el caso de que los beneficiarios ejerzan su actividad en municipios que cuenten con una población menor a los 10.000 habitantes, las cuantías se elevan hasta los 5.000 euros para las trabajadoras autónomas mayores de 35 años y trabajadores autónomos de más de 30 años, y hasta un máximo de 5.500 euros si se trata de trabajadoras autónomas menores de 35 años y trabajadores autónomos de menos de 30.

Las solicitudes y la documentación requerida deberán presentarse única y exclusivamente de forma telemática a través de la Sede Electrónica General de la Administración de la Junta de Andalucía, disponible en el Catálogo de Procedimientos y Servicios (<https://lajunta.es/5tw1u>).

Con estas dos líneas de incentivos, la Junta de Andalucía refuerza su estrategia de apoyo al trabajo autónomo, favoreciendo tanto la creación de nuevos negocios como la consolidación de la actividad durante sus primeros años de funcionamiento.

El Puerto de Almería licita la ejecución de la fase principal del puerto-ciudad por 24 millones de euros



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Autoridad Portuaria de Almería (APA) ha licitado la ejecución de la fase principal de la integración puerto-ciudad, con un presupuesto de 24.251.714,67 euros (IVA incluido), cofinanciada con la Junta de Andalucía, gracias al compromiso del presidente del Gobierno andaluz, Juanma Moreno, con el proyecto.

Esta actuación abarca la adecuación y urbanización de 4 hectáreas de dominio público portuario en un plazo de dos años, que se sumarán a las 2 hectáreas abiertas e inauguradas este año en la entrada del Muelle de Levante, con una inversión propia de 9 millones de euros y que ha incluido también la recuperación de patrimonio histórico portuario. “La previsión es que la obra esté adjudicada a finales de año de manera que en 2029 los ciudadanos puedan disfrutar de este espacio renovado y abierto a la ciudad”, explica la presidenta de la APA, Rosario Soto.

El proyecto de ejecución de las actuaciones en el frente litoral en espacios puer-

to-ciudad de Almería, al que se refiere la fase principal, incluye la mejora del estado y urbanización del Muelle de Levante, así como la demolición del espaldón actual para lograr una panorámica del Cable Inglés. También la reurbanización de la zona de las Almadrabillas, desde el puente peatonal de conexión con el Muelle de Levante, que se ampliará, hasta la zona del Club de Mar, el entorno del Cable Inglés, y el paseo marítimo.

Esta actuación está alineada con la obra de integración urbana del Puerto de Almería ya ejecutada, por lo que en su fase principal la APA volverá a apostar por materiales de Andalucía, especialmente de Almería. En este sentido, el pavimento de la fase principal de la integración puerto-ciudad será mayoritariamente de granito, travertino (que también se utilizará en muros), mármol Blanco Macael y superficies ultra-compactas.

Estos trabajos no afectarán a la apertura de la plataforma peatonal del Cable Inglés sobre la que podrán pasear los ciudadanos para disfrutar de este mirador monumental.

Diputación y Cámara de Almería refuerzan su apuesta por el emprendimiento en la provincia



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación Provincial y la Cámara de Comercio de Almería han renovado el acuerdo que mantienen con el objetivo de potenciar el emprendimiento, empleo y la competitividad del tejido productivo almeriense en los 103 municipios. El nuevo acuerdo contempla diferentes acciones encaminadas a garantizar que el sector empresarial de la provincia siga siendo garante de la creación de riqueza y empleo en todo el territorio.

En este sentido, ambas instituciones seguirán impulsando el Plan de Relevo Generacional en la empresa de Almería; una firme y novedosa apuesta por la digitalización y el uso de la IA en el medio rural, la realización de dos ferias de empleo para conectar el mundo de la empresa con el talento joven o una feria de formación profesional para conectar a centros educativos, estudiantes con, al menos, 40 pymes provinciales.

El convenio contempla cuatro líneas de actuación. La primera es la continuidad del Plan de Relevo Generacional. En esta edición se mantendrá la herramienta digital (Web/App) para emparejar a comerciantes

que se jubilan con personas que quieren comprar o traspasar un negocio en marcha. Además, se realizarán encuestas a 300 empresas y reuniones de trabajo para analizar cómo evitar el cierre de comercios en el 90% de los municipios rurales.

Una nueva línea que este año abre el convenio se centra en la innovación tecnológica con el proyecto de Digitalización e Inteligencia Artificial en el Medio Rural con cursos prácticos y gratuitos sobre cómo usar la Inteligencia Artificial (IA) y herramientas digitales para mejorar pequeños negocios como de hostelería, agricultura, comercio y servicios. Se realizarán 12 talleres presenciales en municipios como Vélez Rubio, Fondón, Laujar, Cantoria, Antas... Se impartirán 300 horas de tutorías y mentores personalizados a distancia para acompañar a 30 empresas en la implantación real de la IA.

La Feria de Empleo Talento Joven es un gran evento de empleo en formato híbrido (presencial y online) para mejorar la inserción laboral de al menos 100 jóvenes desempleados inscritos en el sistema de Garantía Juvenil, incluyendo talleres de orientación y entrevistas directas con empresas. En cuanto a la Feria de Formación Profesional (FP) Dual PYME 2026 Un punto de encuentro para conectar a centros educativos, estudiantes y al menos 40 pymes provinciales. El objetivo es impulsar el modelo de FP Dual donde los alumnos se forman trabajando en empresas para retener el talento joven en Almería.

La Cámara de Comercio de Almería impulsa el emprendimiento, la financiación y el relevo empresarial en la provincia

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Cámara de Comercio de Almería ha intensificado su apoyo al emprendimiento, la creación de empresas, el autoempleo y la continuidad del tejido empresarial de la provincia mediante sus programas de asesoramiento, formación, acompañamiento y apoyo en la búsqueda de financiación.

Entre ellos se encuentran España Emprende; el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres, PAEM con apoyo de Fondo Social Europeo; el programa de Relevo Generacional que se ofrece con el apoyo de la Diputación de Almería o a través del convenio con MicroBank, que facilita el acceso a financiación para nuevos proyectos; y, de igual forma, mediante los servicios de asesoramiento de la Oficina Acelera Pyme financiada con fondos FEDER.



España Emprende tiene como finalidad contribuir a la puesta en marcha y consolidación de nuevas actividades empresariales mediante servicios de información, orientación y asesoramiento. El apoyo incluye la definición del modelo de negocio, la elaboración del plan

de empresa, el análisis económico-financiero y la identificación de posibles fuentes de financiación.

Por su parte, el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres, PAEM, atendió en 2025 a 273 emprendedoras, mientras que en 2026 ya se han contabilizado 156 asistencias manteniendo igualmente una evolución que permitirá previsiblemente superar las cifras del año anterior que, de momento, se sitúa en casi el 58%.

La elevada presencia de mujeres en ambos programas pone de manifiesto la importancia del emprendimiento como vía de acceso o reincorporación al mercado laboral. En muchos casos, la creación de una actividad propia también representa una alternativa para avanzar en la conciliación personal, familiar y profesional.

La Cámara está impulsando también el programa de Relevo Generacional, dirigido a evitar la desaparición de empresas y comercios viables cuyos titulares desean cesar su actividad, principalmente por motivos de jubilación; desarrollado con el apoyo de la Diputación de Almería, crecen la plataforma el número de negocios en situación de posible transmisión. Esta cifra previsiblemente crecerá durante los próximos meses como resultado del nuevo impulso que se desarrollará en breve en los municipios de la provincia y a través de las delegaciones territoriales de la Cámara.

Otro de los servicios que está registrando una evolución destacada es el acompañamiento para acceder a financiación a través del convenio entre la Cámara de Comercio de Almería y MicroBank.

La Junta destina 1,1 millones a formar perfiles especializados en el sector naval de Cádiz

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo ha publicado en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía BOJA la convocatoria de subvenciones de 2026 destinada a financiar acciones formativas en el sector naval de Cádiz, dotada con 1.094.536,80 euros.

Esta iniciativa se enmarca en un proyecto singular diseñado para responder a la creciente demanda de profesionales especializados por parte de las empresas de esta industria estratégica para la provincia.

La previsión para esta convocatoria es formar a alrededor de 2.450 personas desempleadas.

La programación incluye tanto acciones de formación en el trabajo, vinculada al Catálogo de Especialidades Formativas del Sistema Nacional de Empleo, como ofertas de Formación Profesional de Grado C, en el marco del nuevo Sistema de Formación Profesional. De este modo, las personas participantes podrán acceder a una formación más especializada, adaptada a las necesidades reales de las empresas y orientada, en el caso de los grados C, a la obtención de acreditaciones oficiales.



Las acciones se dirigirán preferentemente a personas trabajadoras desempleadas inscritas en el Servicio Andaluz de Empleo (SAE). También podrán participar personas ocupadas cuyo centro de trabajo esté ubicado en Andalucía y vinculadas preferentemente al sector naval, hasta un máximo del 30% del alumnado por cada acción formativa, siem-

pre que no haya inscripciones de participantes desempleados que cumplan los requisitos de acceso.

En cuanto a las posibles entidades beneficiarias, podrán optar a estas subvenciones los centros de formación privados, con excepción de las instituciones sin ánimo de lucro. La subvención podrá cubrir hasta el 100% del coste de la actividad formativa.

El naval constituye uno de los principales motores industriales de la provincia de Cádiz, que concentra el 75% de las 368 empresas andaluzas vinculadas a esta actividad. Asimismo, reúne el 89% de los 1.425,93 millones de euros facturados por el sector en Andalucía y más del 83% de las 14.455 personas empleadas en la construcción y reparación de buques en la comunidad autónoma.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La presidenta de la Diputación Provincial de Cádiz, Almudena Martínez del Junco, acudió a la jornada inicial de la 181ª edición de las Carreras de Caballos de Sanlúcar, un evento catalogado de Interés Turístico Internacional. La Diputación de Cádiz respalda esta edición con 110.000 euros, de los cuales 8.500 se destinan a los premios que la institución provincial otorga en la carrera que lleva su nombre.

Como ha asegurado Martínez del Junco, estas Carreras, que nacieron hace casi dos siglos, “forman parte de la identidad vinculada a la provincia gaditana”. Hay que tener en cuenta que configuran una de las estampas para la promoción turística de Cádiz a nivel

La presidenta de la Diputación valora las Carreras de Caballos como motor económico y turístico



internacional, con el añadido de consolidar un modelo basado en la calidad y la singularidad. El certamen, asimismo, aspira a ser Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Unesco.

La presidenta de la Diputación ha explicado también que esta celebración deportiva es un buen ejemplo de cómo un gran evento deportivo, cultural y social puede convertirse en motor de desarrollo para el territorio siendo, al mismo tiempo, respetuoso con el entorno natural. Se calcula que esta cita reúne en torno a 45.000 personas, lo que la convierte en una importante fuente para la dinamiza-

ción económica del territorio y la creación de empleo tanto directo como indirecto. “Las Carreras”, expone Martínez del Junco, “generan un importante retorno económico que beneficia no sólo a Sanlúcar, sino al conjunto de la provincia. Durante su celebración aumenta la ocupación hotelera, la actividad en la hostelería, en el comercio y en numerosos servicios vinculados al turismo”. En opinión de la presidenta, las Carreras atraen, además, a un público interesado en la cultura, el deporte y el patrimonio lo que, potencialmente, genera un turismo con mayor gasto medio que el vinculado a otros segmentos.

Puerto Sotogrande se sitúa como la quinta marina de España y la primera de Andalucía por número de amarres

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Puerto Deportivo Sotogrande ocupa la quinta posición nacional en el ranking de los mayores puertos deportivos, marinas y clubes náuticos de España por número de amarres, según el nuevo informe publicado por el Observatorio de Marinas y Puertos donde analiza el Top 20 nacional.

Con una capacidad declarada de 1.382 amarres en agua, la marina gaditana se sitúa además como la primera instalación de Andalucía incluida en esta clasificación, por delante de Puerto Deportivo Benalmádena, Puerto Deportivo Almerimar, Puerto Banús y Puerto Sherry.

El estudio ordena las veinte instalaciones náutico-deportivas y recreativas españolas con mayor capacidad operativa de atra-

ques en agua. La revisión, cerrada el 14 de julio del presente año, toma como referencia la información publicada por webs oficiales, autoridades portuarias, organismos autonómicos y fuentes sectoriales reconocibles.

El ranking está encabezado por Marina d'Empuriabrava, en Girona, con 5.000 amarres. A continuación se sitúan Port de la Ràpita, en Tarragona, con 1.825; Puerto Deportivo Tomás Maestre, en Murcia, con 1.721; y Marina dels Canals de Santa Margarida, en Girona, con 1.598. Inmediatamente después aparece Puerto Sotogrande, que completa los cinco primeros puestos de la clasificación nacional.

La posición alcanzada pone de relieve



la dimensión de Puerto Deportivo de Sotogrande dentro del sistema náutico-deportivo español y su relevancia como infraestructura portuaria en el litoral andaluz y destino náutico. La capacidad de la marina se integra en un enclave donde conviven atraques, servicios técnicos, actividad deportiva, formación náutica, restauración, comercio y una programación social y cultural vinculada al entorno de Sotogrande.

Dentro de Andalucía, además de Puerto Sotogrande, aparecen en el Top 20 el Puerto Deportivo Benalmádena, con 1.025 amarres; el Puerto Deportivo Almerimar, con

997; Puerto Banús, con 915; y Puerto Sherry, con 872. Esta presencia confirma el peso de la comunidad autónoma dentro del mapa nacional de grandes infraestructuras dedicadas a la náutica de recreo y al turismo del mar.

En el ámbito provincial, Puerto de Sotogrande lidera también la clasificación de Cádiz, donde comparte presencia en el Top 20 con Puerto Sherry. Su quinta posición nacional refuerza así el papel de la marina como una de las principales infraestructuras vinculadas al turismo náutico y a la actividad marítimo-recreativa de la provincia y de Andalucía.

La Junta impulsa una nueva convocatoria para la Base Logística con 4,88 millones para formar a 2.460 personas en Córdoba

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo continúa reforzando las actuaciones dirigidas a anticipar las necesidades de personal cualificado que generará la Base Logística del Ejército de Tierra (BLET) y el ecosistema empresarial asociado a este proyecto estratégico en la provincia de Córdoba.

La consejera, Rocío Blanco, ha informado de la segunda convocatoria del proyecto formativo singular para la BLET, dotada con 4,88 millones de euros, así como del nuevo Punto de Información del Servicio Andaluz de Empleo (SAE), un servicio que centraliza toda la información sobre empleo y formación relacionada con la Base.



Uno de los principales instrumentos de esta estrategia es el nuevo Punto de Información del SAE sobre la Base Logística, concebido como una ventanilla única para

facilitar a la ciudadanía información actualizada sobre los perfiles profesionales más demandados, los procesos de selección, la oferta formativa disponible y acompañamiento a personas desempleadas, facilitando su adaptación a los nuevos yacimientos de empleo vinculados a la BLET. Además de prestar atención personalizada a las personas interesadas, este recurso mantiene una coordinación permanente con las empresas y con las entidades de formación para adaptar la programación formativa a las necesidades reales del mercado laboral.

Ubicada en el Edificio Los Ministerios, en la calle Tomás de Aquino, y con

horario de 9 a 12 horas, Rocío Blanco ha explicado que el objetivo de este Punto de Información es evitar que los ciudadanos tengan que recorrer distintos organismos para resolver una misma consulta, facilitando así el acceso a la información y acompañando a las personas durante el proceso para que nadie pierda una oportunidad laboral por falta de orientación.

Junto a este servicio, la Consejería de Empleo ha puesto en marcha la segunda convocatoria del proyecto formativo singular para la BLET, publicada ya en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

La iniciativa cuenta con una inversión superior a los 4,88 millones de euros y la previsión es desarrollar 164 cursos que permitirán cualificar a 2.460 personas, desempleadas y ocupadas, en especialidades vinculadas a los perfiles que demandará la Base Logística y las empresas de su entorno.

Entre ellas, Comercio y Marketing, Electricidad y Electrónica, Fabricación Mecánica, Informática y Comunicaciones, Instalación y Mantenimiento y Transporte y Mantenimiento de Vehículos.

Bulgari selecciona a ocho alumnos de la Escuela de Joyería de Córdoba para completar su formación y trabajar en Roma



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La firma italiana Bulgari ha seleccionado a ocho alumnos de la Escuela de Joyería y Centro de Referencia Nacional del Servicio Andaluz de Empleo (SAE) en Córdoba para completar su formación e incorporarse posteriormente a sus instalaciones de Roma.

La consejera de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo, Rocío Blanco, ha destacado este proceso de selección durante una visita al centro, donde ha conocido al alumnado y los trabajos que se desarrollan en sus instalaciones.

Blanco ha señalado que la elección de estos ocho alumnos por parte de una firma internacional de referencia como Bulgari "confirma la excelencia de la formación que se imparte en la Escuela y la capacidad de sus estudiantes para responder a las exigencias de las empresas más prestigiosas del sector".

Asimismo, ha puesto en valor la importancia de un centro que se ha consolidado como referente nacional en formación especializada en joyería, tanto por la calidad de su oferta formativa como por su estrecha vinculación con el tejido empresarial, una colaboración que permite adaptar la preparación del alumnado a las necesidades reales de la industria y su incorporación al mercado laboral.

La proyección internacional del centro también se ha visto reforzada recientemente con la visita de responsables de Vicenzaoro, una de las ferias de joyería más prestigiosas del mundo, que han conocido de primera mano sus instalaciones y su modelo formativo. Este interés de firmas y entidades internacionales consolida a la Escuela de Joyería de Córdoba como modelo de formación especializada para la cualificación profesional, la innovación y el futuro del sector joyero.

La Diputación de Córdoba impulsa 31 proyectos europeos con un presupuesto total de 82,5 millones de euros

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La delegada de Hacienda y Fondos Europeos de la Diputación de Córdoba, Ana Rosa Ruz, ha informado de que la institución provincial ha presupuestado a lo largo de este mandato una inversión de 82,5 millones de euros para realizar 31 proyectos europeos, de los que 57,9 millones han correspondido a ayudas de la Unión Europea.

Entre los proyectos que se están desarrollando en la actualidad se encuentran 'Camino Vertical' dentro del programa Interreg Poctep 2021-2027, con el que, según Ruz, "se busca la valorización, accesibilidad y promoción sostenible de los Caminos Jacobeos del Oeste Peninsular, con un presupuesto total de 2.613.595 euros, y en el que la Diputación de Córdoba participa junto con otros 12 socios, con una intervención que contempla actuaciones de señalización, contenidos turísticos, sensibilización y dinamización en las comarcas, marketing y digitalización del Camino Mozárabe de Santiago en Córdoba con un importe de 278.939,19 euros".

Del mismo modo, ha añadido "venimos trabajando en 'Córdoba Verde' con financiación del Fondo Social Europeo a través del programa Empleaverde+ de la Fundación Biodiversidad, para el que se ha asignado una partida de 630.000 euros, destinados a impulsar la formación especializada en sostenibilidad alimentaria, biodiversidad y agroecología".

El proyecto 'Interfame' con un presupuesto de 2,5 millones de euros para una iniciativa de carácter social orientada



a la intervención terapéutica integral de menores con problemas de conducta en familias vulnerables. Ruz ha explicado que "este proyecto, que se llevará a cabo a través del Instituto Provincial de Bienestar Social (IPBS), permitirá atender a más de 100 niños y niñas y adolescentes. Se financia con el Fondo Social para la evaluación temprana y tratamiento de menores con problemas de conducta".

También desde el IPBS se está trabajando desde 2024 para promover la inclusión activa de personas en riesgo de exclusión mediante itinerarios de inserción sociolaboral en Peñarroya-Pueblonuevo y Baena a través de un proyecto enmarcado en la Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social (ERACIS+) y financiado por el Fondo Social Europeo Plus y la Junta de Andalucía.

'Agrosocial' y 'Agrosocial plus', son proyectos cofinanciados por el Programa Transfronterizo España-Portugal Interreg POCTEP 2021-2027, "una iniciativa pionera que busca impulsar el ecosistema de economía social en el sector agroalimentario de las regiones transfronterizas de Galicia, norte de Portugal, Alentejo, Algarve, Extremadura y Andalucía", ha remarcado Ruz.

Diputación y la Guía Macarfi distinguen a los 25 mejores restaurantes de la provincia

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La colaboración entre 'Sabor Granada' y la prestigiosa guía fortalece el posicionamiento de la provincia como uno de los grandes destinos culinarios de España.

Con la entrega de estos distintivos, la Diputación y Macarfi premian a los 25 restaurantes que han sido definidos como "auténticos imanes de atracción turística y los mejores embajadores de la marca Granada, demostrando que comer en esta provincia constituye una experiencia verdaderamente inolvidable".

La Guía Macarfi se ha consolidado en toda la España peninsular como uno de los



grandes referentes de la crítica gastronómica por el rigor de su metodología. Sus valoraciones son realizadas de forma completa-

mente anónima por un comité de embajadores, cocineros y gastrónomos que analizan los establecimientos atendiendo a tres aspectos fundamentales: la calidad de la cocina, la decoración y el servicio, otorgando puntuaciones entre el 0 y el 10.

La excelente valoración obtenida por los establecimientos granadinos en la edición Macarfi España 2026 confirma que la provincia vive una auténtica edad de oro gastronómica. Un éxito susten-

tado en una de las despensas más ricas y singulares del país, capaz de dar forma a una cocina con identidad propia, respetuosa con la herencia y la tradición, pero también abierta a la innovación y a las propuestas de autor que despiertan el reconocimiento de la crítica especializada.

Los 25 establecimientos distinguidos por su excelencia culinaria en la edición Macarfi España 2026 son Bar FM, Restaurante Cala, Atelier Casa de Comidas, Faralá, María de la O, Portal El Bajo, Asador de la Reina, Yama, Camino de la Huerta, Le Bistró by El Conjuero, Taberna Prado Negro, Restaurante Casa Piolas, El Claustro, Torre de Alquería, Manigua Casa de Comidas, Ruta del Veleta, Alameda Granada, Elysium Restaurant, Picón, La Botillería, Tinta Fina, Ama.

La Cocina de Amarga y Pica, Nervio by Periko Ortega, Asador de Castilla y El Mercader.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Geoparque de Granada ha presentado el estudio 'Análisis socio-demográfico, socioeconómico y del sector turístico de los municipios del Geoparque de Granada'.

El informe constituye la primera herramienta diseñada para evaluar, mediante indicadores objetivos, la evolución del territorio tras el reconocimiento del Geoparque de Granada como Geoparque Mundial de la UNESCO en 2020. Su finalidad es establecer una base científica que permita realizar un seguimiento periódico de la realidad demográfica, económica y turística de los 47 municipios que integran este espacio, facilitando así la evaluación de su evolución a medio y largo plazo.

En el ámbito demográfico, los primeros resultados muestran una desaceleración de la pérdida de población desde la declaración del Geoparque. Mientras que entre 2017 y 2020 el descenso fue del 2,29 %, entre 2021 y 2024 se redujo hasta el 0,07 %, un comportamiento más favorable que el registrado en el conjunto de la provincia de Granada y de Andalucía. El

El Geoparque de Granada contará por primera vez con una herramienta para medir su impacto sobre el territorio



informe también constata un incremento de la población procedente del extranjero, aunque identifica el envejecimiento como uno de los principales desafíos demográficos del territorio.

Desde el punto de vista socioeconómico, el estudio refleja una evolución positiva de indicadores como la reducción del desempleo y el incremento de la renta media por habitante. No obstante,

también pone de manifiesto retos estructurales relacionados con el reducido tamaño del tejido empresarial, la brecha de género en el empleo o las limitaciones existentes en materia de conectividad digital.

En el apartado turístico, el informe confirma una evolución favorable de la actividad durante 2025, con un incremento del 27,72 % en las pernoctaciones y una estancia media de 2,18 días, datos que evidencian el creciente atractivo del Geoparque de Granada como destino. Al mismo tiempo, plantea la necesidad de continuar avanzando en la diversificación de la oferta y en la reducción de la estacionalidad para favorecer un desarrollo equilibrado del conjunto del territorio.

El trabajo identifica diversas líneas estratégicas para seguir reforzando el desarrollo del Geoparque, entre ellas el impulso al emprendimiento, la mejora de la conectividad, el fortalecimiento de la gobernanza entre administraciones y la valorización conjunta del patrimonio geológico, cultural y turístico como motores de desarrollo rural sostenible.

El Ayuntamiento impulsa un Plan Municipal para proteger los comercios emblemáticos y reforzar su valor como patrimonio vivo de Granada

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Ayuntamiento de Granada, a través de la Concejalía de Turismo y Comercio, trabaja en la elaboración de un Plan Municipal de Protección e Impulso del Comercio Emblemático, una estrategia destinada a preservar, promocionar y fortalecer aquellos establecimientos históricos que constituyen una parte esencial de la identidad, la memoria colectiva y el patrimonio económico, social y cultural de la ciudad.

El plan pretende consolidar un modelo comercial que distingue a Granada por la singularidad de sus negocios tradicionales, favoreciendo su conservación, impulsando su competitividad y garantizando su continuidad como uno de los principales atractivos de la ciudad tanto para los granadinos como para quienes la visitan.

Esta estrategia tiene como punto de partida el distintivo de Establecimiento Emblemático de la Ciudad de Granada, creado por el Ayuntamiento para reconocer a aquellos negocios que forman parte del patrimonio comercial granadino. Podrán optar a este reconocimiento los establecimientos que acrediten una antigüedad mínima de 40 años, mantengan la misma actividad y marca comercial y destaquen por su singularidad, arraigo y contribución al tejido económico, social y cultural de Granada.

El reconocimiento se concede mediante convocatoria pública conforme a unas bases reguladoras que establecen los requisitos, el procedimiento y los criterios de valoración.

A partir de este reconocimiento, el Ayuntamiento quiere dar un paso más con un plan específico que permita proteger y



poner en valor este patrimonio comercial. Entre las actuaciones previstas figuran la creación de rutas de comercios históricos,

su incorporación a las campañas de promoción turística y cultural de la ciudad, la implantación de una señalización específica que identifique estos establecimientos, la organización de jornadas y eventos dedicados al comercio tradicional, programas de asesoramiento, formación y ayudas para favorecer la transmisión de los negocios familiares y el relevo generacional, así como el desarrollo de una aplicación que conecte turismo, patrimonio y comercio tradicional para ofrecer una nueva forma de descubrir Granada a través de sus establecimientos históricos.

Sandfire MATSA celebra dos décadas de operaciones mineras convertida en un referente de la minería moderna en Andalucía

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

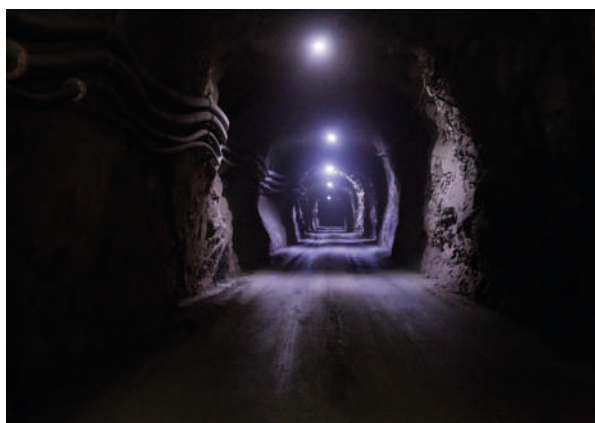
Hace dos décadas arrancó un proyecto que está jugando hoy un papel estratégico en la minería en Andalucía. En 2006, los trámites para la reapertura de la histórica mina Aguas Teñidas recibieron informe favorable y hoy se ha convertido en un exponente de cómo la minería puede generar desarrollo económico, innovación y sostenibilidad desde el territorio.

La trayectoria de estas operaciones mineras ha estado además ligada a la transformación que ha experimentado la minería en Andalucía, en España y en Europa. Resulta imposible hoy en día hablar de electrificación, energías renovables, movilidad eléctrica, almacenamiento energético o digitalización sin hablar de minerales, especialmente el cobre.

El cobre forma parte de la Lista de Materias Primas Críticas de la Unión Europea y ocupa una posición prioritaria tanto en el Plan de Acción de Materias Primas Minerales del Gobierno de España como en la Estrategia para una Minería Sostenible en Andalucía 2030.

Dos décadas de crecimiento

La historia reciente de Sandfire MATSA es también la historia de una apuesta sosten-



nida por el crecimiento. Tras el inicio de los trabajos para la puesta en marcha de Aguas Teñidas y la construcción y desarrollo de la infraestructura del complejo minero, la compañía continuó ampliando su actividad con el descubrimiento y posterior desarrollo de mina Magdalena y la reapertura de mina Sotiel.

Uno de los hitos que marcó también su evolución fue la ampliación de la planta de tratamiento de mineral, cuya capacidad pasó de 2,2 millones a 4,4 millones de toneladas anuales en 2015, permitiendo acompañar el crecimiento de las operaciones y mejorar sig-

nificativamente su competitividad. En la actualidad, la instalación dispone de tres líneas de procesamiento con capacidad para tratar unos 4,7 millones de toneladas al año, operando los 365 días del año.

Aproximadamente el 90 por ciento de las personas que trabajan en Sandfire MATSA son originarias de la provincia de Huelva o residen en ella, por lo que una parte significativa del valor generado permanece en la economía local.

La apuesta por el empleo estable constituye otro de los rasgos diferenciales del proyecto. El 96 por ciento de la plantilla dispone de contrato indefinido y la totalidad de las personas trabajadoras está amparada por un convenio colectivo sólido y recién renovado.

La actividad económica de Sandfire también se extiende a la red empresarial del territorio. Cerca del 44 por ciento de los pagos a proveedores de las operaciones mineras beneficia a empresas radicadas en la provincia de Huelva, contribuyendo a dinamizar un ecosistema industrial que ha

crecido al calor de la minería.

La evolución de Sandfire MATSA no solo puede medirse en toneladas producidas o inversiones. Durante estos veinte años, ha reforzado su compromiso con las comunidades donde desarrolla su actividad mediante programas educativos, becas universitarias y de formación profesional, colaboración con centros escolares, acuerdos con ayuntamientos para mejorar infraestructuras municipales y el patrocinio de iniciativas sociales, culturales o deportivas. Al mismo tiempo, la incorporación de mujeres a todas las áreas de la organización, incluidas las operaciones subterráneas y los puestos técnicos y directivos, refleja la profunda transformación cultural que ha experimentado el sector minero y su apuesta por la diversidad, la inclusión y la igualdad de oportunidades.

La celebración de este vigésimo aniversario coincide con un momento relevante para la exploración minera europea. Sandfire MATSA continúa impulsando nuevos proyectos de investigación y desarrollo en la Faja Pírtica Ibérica, una de las regiones con mayor potencial geológico del continente.

Veinte años después del inicio de este proyecto, la historia de Sandfire MATSA demuestra que la minería puede convertirse en un motor de innovación, empleo, progreso industrial y desarrollo sostenible. Un camino construido gracias al compromiso de miles de personas que, durante estas dos décadas, han hecho posible la evolución y transformación de sus operaciones mineras. Hoy, el reto es construir, desde Huelva, la minería que necesita el futuro.

Nexomar finaliza su recorrido en el Puerto de Huelva tras la participación de más de 700 empresas y el refuerzo de la cooperación portuaria entre Andalucía y Portugal



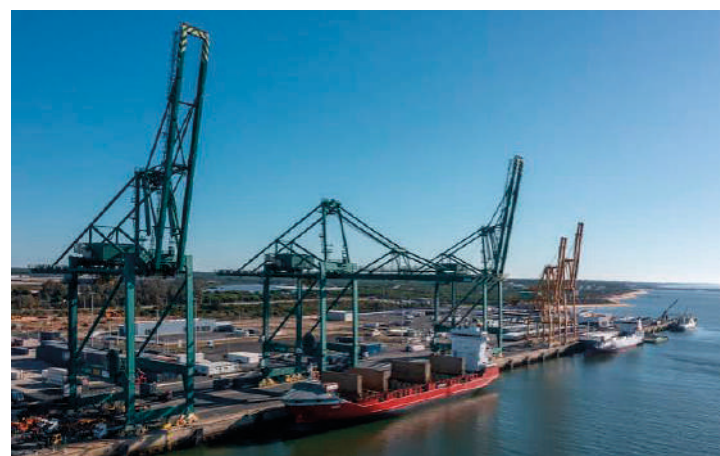
REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Puerto de Huelva acogió la jornada final del proyecto Nexomar: «Cooperación y futuro de los espacios portuarios», una iniciativa organizada por el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio que reunió a representantes institucionales, autoridades portuarias, empresas y agentes logísticos de Andalucía y Portugal.

El encuentro sirvió para presentar los principales resultados del proyecto, que durante sus dos años de desarrollo movilizó a más de 700 empresas de la Eurorregión Andalucía-Algarve-Alentejo en programas de innovación, digitalización e internacionalización, contribuyendo a reforzar la competitividad del tejido empresarial vinculado a la actividad portuaria.

Durante la jornada se puso de relieve el papel estratégico de los puertos como nodos clave de las cadenas logísticas internacionales, así como la importancia de la cooperación transfronteriza para afrontar retos como la sostenibilidad, la transición energética y la digitalización del transporte marítimo.

El programa incluyó una mesa redonda sobre los retos de los puertos en la Eurorregión, con la participación de representantes de las autoridades portuarias de Huelva, Algeciras, Sevilla y Sines, además de una ponencia sobre el Valle Andaluz del Hidrógeno Verde y una presentación de los resultados del proyecto en Portugal.



El Nuevo Astillero de Huelva acoge la estancia del buque RS Onza

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El buque RS Onza se encuentra atracado en el Nuevo Astillero de Huelva desde el pasado 18 de julio, donde se están desarrollando diversos trabajos de actualización y mejora de sus sistemas. La presencia del buque supone una nueva oportunidad para continuar impulsando progresivamente la actividad naval e industrial del astillero.

El RS Onza es un buque tanque químico tipo IMO 2, de reciente construcción, preparado para el transporte de metanol, operado por Suardiaz Energy. Esta característica le permite participar en operaciones relacionadas con el desarrollo de

combustibles marítimos alternativos.

Navega bajo bandera portuguesa, y cuenta con una eslora de 104,05 metros, una manga de 19 metros y un tonelaje bruto de 4.900 GT.

Las actuaciones principales que se están llevando a cabo en el Nuevo Astillero de Huelva se centran en la modernización del accionamiento de diversas válvulas de los tanques, pasando del anterior sistema manual a un sistema electromecánico automatizado.

Los trabajos han requerido intervenciones eléctricas y mecánicas, así como labores de apoyo de calderería e instalación de canalizaciones y soportes para el tendido del cableado a lo largo de la cubierta.

Nuevo Astillero de Huelva ha proporcionado los medios y servicios necesarios para facilitar la estancia del buque y la ejecución de los trabajos.

El Consejo Económico y Social (CES) presenta el Informe "Panorama Social y Económico de la Ciudad de Jaén"



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El documento detalla que, entre enero y junio de 2026, se formalizaron en Jaén capital un total de 24.993 contratos, lo que representa un incremento interanual del 8,27 por ciento, una cifra superior a la registrada en Andalucía (3,74%) y en España (5,10%).

Sin embargo, el CES jiennense ha alertado de que este crecimiento «no se traslada con la misma intensidad a la contratación estable». En concreto, la contratación temporal aumentó un 11,54 por ciento en el semestre, mientras que la indefinida apenas creció un 1,84 por ciento.

De este modo, de los 1.910 nuevos contratos registrados respecto al mismo periodo de 2025, un total de 1.767 correspondieron a modalidades temporales, lo que significa que «más del 92 por ciento del incremento neto de la contratación se explica por el avance de la temporalidad».

Como consecuencia de esta evolución, el peso de la contratación indefinida en la capital ha descendido de manera continuada en los últimos años, pasando del 37,44 por ciento en 2024 al 36,11 por ciento en 2025, y situándose en el 31,68 por ciento en el primer semestre de 2026. Esta cifra sitúa a Jaén capital más de once puntos porcentuales por debajo de la media

nacional, donde los contratos indefinidos representan el 42,87 por ciento.

En materia de desempleo, el informe del CES revela una evolución «particularmente favorable». El número medio de demandantes de empleo no ocupados (Denos) se situó en 7.572 personas en el primer semestre, lo que supone una reducción de 941 personas (-11,05%) respecto al año anterior.

Esta caída duplica el descenso del conjunto de España (-5,54%) y supera al de Andalucía (-9,23%). Asimismo, la ratio de Denos sobre la población en edad de trabajar se situó en el 9,30 por ciento, frente al 15,29 por ciento de la comunidad autónoma y el 10,72 por ciento nacional.

A pesar de estos datos, el órgano consultivo ha señalado que la brecha de género «no se reduce» y las mujeres siguen estando sobrerrepresentadas en el desempleo local, al concentrar el 62,12 por ciento de los demandantes no ocupados (4.704 mujeres frente a 2.868 hombres). Según el CES, esto demuestra que la fase expansiva del mercado laboral «beneficia a hombres y mujeres, pero incorpora con mayor fuerza al colectivo masculino».

En conclusión, el CES local hace una lectura global «positiva, pero no complaciente». Jaén capital contrata más, reduce intensamente el desempleo, supera los 75.000 afiliados y mantiene su tejido empresarial. Sin embargo, la temporalidad, la brecha de género, la difícil primera inserción, la debilidad del autoempleo y la escasa diversificación «continúan limitando el alcance estructural de esa mejora».

Diputación desarrollará durante este año más de 40 acciones de promoción turística de la provincia



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La promoción turística de la provincia de Jaén que desarrolla la Diputación se traducirá en más de 40 acciones a lo largo de este año 2026, entre las que se encuentran la asistencia a ferias, jornadas profesionales, presentaciones de destino, workshops, acciones de street marketing, viajes de prensa y de familiarización, blog trips, encuentros con turoperadores y agentes de viajes, campañas de publicidad y acciones con influencers.

El diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, defiende la estrategia de la Administración provincial para mantener la presencia de Jaén Paraíso Interior en los mercados emisores de visitantes durante los 12 meses del año, atraer nuevos mercados, combatir la estacionalidad y generar más riqueza y empleo en la provincia.

Entre las principales citas nacionales e internacionales donde la Diputación de Jaén promociona el destino Jaén Paraíso Interior se encuentran Fitur, ITB Berlín, B-Travel Barcelona, Navartur, Expovacaciones, World Travel Market de Londres e INTUR, además de Tierra Adentro, Ibercaza, la Feria de los Pueblos, la Fiesta del Primer Aceite, la Gala Michelin, el Foro Mundial de México y distintas presentaciones internacionales y jornadas profesionales. Esta promoción se ha complementado con una

amplia presencia en ferias gastronómicas y agroalimentarias, como Madrid Fusión, la World Oil Exhibition, Alimentaria Barcelona o el Salón Gourmets.

La programación de la Administración provincial incluye asimismo actuaciones comerciales y presentaciones de destino en Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla, Córdoba,

Granada, Málaga, Toledo, Ciudad Real, Badajoz, Cáceres, A Coruña, Santiago de Compostela, Valencia, Murcia, Alicante, León, Valladolid, Pamplona, Logroño y Zaragoza, entre otras ciudades españolas; mientras que en el ámbito internacional se han programado acciones profesionales en Alemania, Dinamarca, Reino Unido, Bélgica, Países Bajos, Portugal y Austria, además de la presencia en mercados estratégicos como China.

A la estrategia de promoción y comercialización turística que desarrolla la Diputación, estos últimos meses se han sumado las acciones vinculadas a los Planes de Sostenibilidad Turística que ha gestionado la Administración provincial con financiación europea de los fondos NextGenerationEU del Plan de Recuperación del Gobierno de España, «que está permitiendo desarrollar estrategias específicas para productos y destinos como OleotourJaén, Sierra Mágina y el Parque Natural de las Sierras Cazorla, Segura y Las Villas, con nuevas marcas, páginas web, campañas de marketing, creación de producto, guías y catálogos, experiencias turísticas, acciones de influencia y herramientas de comercialización», subraya el diputado de Promoción y Turismo. Estas actuaciones de promoción, comunicación turística y sensibilización de residentes y visitantes han supuesto una inversión de más de 920.000 euros.

IMEFE anima a las empresas de Jaén a aprovechar las ayudas para la contratación indefinida de participantes del programa EPES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Instituto Municipal de Empleo y Formación Empresarial (IMEFE) del Ayuntamiento de Jaén hace un llamamiento al tejido empresarial de la ciudad para que aproveche la nueva convocatoria de subvenciones destinada a fomentar la contratación, correspondiente a la Línea 5 del Programa Emplea-T.

Esta experiencia en entornos laborales reales favorece la adquisición de competencias profesionales y facilita la posterior incorporación de los participantes al mercado de trabajo.

Una de las principales características de esta convocatoria es que las subvenciones se conceden en régimen de concurrencia no competitiva, por lo que las solicitudes serán atendidas y resueltas por orden de llegada hasta que se agote el crédito disponible.

Por este motivo, desde IMEFE se recomienda a las empresas interesadas tramitar sus solicitudes cuanto antes, con el objetivo de poder beneficiarse de los incentivos previstos en la convocatoria.

Las condiciones económicas contempladas: 20.000 euros de incentivo por cada



contratación indefinida ordinaria a jornada completa y 2.000 euros adicionales cuando la persona contratada sea una mujer, por lo que el incentivo puede alcanzar los 22.000 euros por contratación y el contrato deberá mantenerse durante un periodo mínimo de 24 meses desde la fecha de alta.

El Instituto Municipal de Empleo y Formación Empresarial (IMEFE) dispone actualmente de una amplia bolsa de participantes procedentes del programa EPES que han completado sus experiencias profesionales y cuentan con formación y experiencia práctica en diferentes ámbitos de actividad.

La Cámara de Comercio de Málaga celebra 140 años al servicio de la provincia

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga ha presentado la imagen conmemorativa y el programa de acciones diseñado con motivo de su 140 aniversario, una efeméride que servirá para poner en valor la trayectoria de la institución y su contribución al desarrollo económico y social de Málaga y su provincia.

La campaña busca conectar el legado histórico de la institución con los retos que afrontan actualmente las empresas, entre ellos la innovación, la digitalización, la internacionalización, la formación, el emprendimiento, la sostenibilidad y la mejora de la competitividad.



La imagen conmemorativa se incorporará progresivamente a los distintos soportes institucionales y canales de comunicación de la Cámara. Entre las primeras acciones

previstas se encuentran la instalación de una lona en la sede, la adaptación de la identidad gráfica en la página web y en las redes sociales y la difusión de contenidos específicos sobre la trayectoria, los servicios y la aportación de la institución a la economía malagueña.

A partir del mes de septiembre se intensificará la campaña de comunicación mediante mupis y otros soportes digitales y exteriores, publicidad en prensa, redes sociales y otros canales online. Estas acciones permitirán acercar la historia y la actividad de la Cámara al conjunto de la ciudadanía y

reforzar su vínculo con el tejido empresarial.

El programa conmemorativo tendrá uno de sus momentos centrales el próximo 23 de octubre, fecha prevista para la celebración del acto institucional del 140 aniversario, que reunirá a representantes empresariales, institucionales y sociales de la provincia.

A lo largo de estos 140 años, la Cámara de Comercio de Málaga ha evolucionado junto a las empresas y se ha adaptado a las transformaciones económicas y sociales de cada etapa. Desde su función de representación y defensa de los intereses generales del tejido empresarial, la institución ha impulsado servicios, programas y proyectos dirigidos a favorecer la creación de empresas, la empleabilidad, la formación, la innovación y la apertura a nuevos mercados.

Con esta conmemoración, la Cámara reafirma su voluntad de continuar siendo una institución útil, abierta y conectada con el territorio, capaz de acompañar a las empresas malagueñas en sus procesos de crecimiento y transformación y de contribuir al progreso económico y social de toda la provincia.

Andalucía TRADE Global 2026 se celebrará los próximos 17 y 18 de noviembre en Málaga



con la colaboración de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industrias, Servicios y Navegación e ICEX España Exportación e Inversiones.

Además del espacio expositivo de Andalucía TRADE, habrá una zona habilitada para los stands de los colaboradores del evento y los agentes y empresas que se inscriban para ofrecer servicios de apoyo a la internacionalización: empresas de logística, entidades financieras, consultoras especializadas, etc.

Igualmente, en una zona anexa, estarán presentes los representantes de la Red Andalucía TRADE Internacional en los 75 países de los cinco continentes en los que ofrecen

servicios, para celebrar encuentros previamente concertados con los profesionales de las empresas que se inscriban, para informarles de las novedades y servicios a su disposición para impulsar su salto al exterior, así como las principales claves sobre el escenario del comercio exterior mundial actual.

En septiembre se abrirá el plazo para que las empresas interesadas se inscriban y reserven cita con los países de su interés para desarrollar las reuniones B2B; inscribirse en la conferencia inaugural; concertar reuniones con los partners estratégicos que prestan servicios de internacionalización; y conocer todos los instrumentos que el Gobierno andaluz pone a su alcance para potenciar su posición en otros mercados del mundo.

El programa Andalucía TRADE Global se ampliará este año con una sesión posterior de trabajo interno dirigida a la Red Andalucía TRADE Internacional. En esta reunión se informará sobre las novedades de los programas y servicios que ofrece la agencia pública, destacando especialmente la línea de incentivos para impulsar la internacionalización y la promoción de productos en el extranjero.

Málaga acogerá en octubre una cumbre mundial que analizará la influencia de la longevidad en la economía global



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Están la sociedad y la economía preparadas para que las personas vivan más tiempo? La ciudad de Málaga se dispone a recibir, del 14 al 16 de octubre, a más de 400 expertos mundiales en la cumbre LifeSpan Summit 2026: un foro de encuentro pionero para debatir en torno a la longevidad por parte de representantes y personalidades de sectores como el empresarial, el sanitario, el tecnológico, el ámbito financiero, el educativo o y el mundo de la política. El objetivo: exponer buenas prácticas en todos estos ámbitos, a partir de ideas y propuestas viables y concretas.

En la cita, científicos, médicos, empresarios y autoridades se reunirán para abordar un tema de creciente preocupación en la sociedad: el envejecimiento de la población y cómo la ciencia y la tecnología

pueden ayudar a llegar a edades avanzadas con más salud, autonomía y calidad de vida.

LifeSpan Summit 2026 está impulsada por la Global Initiative on Ageing and Longevity (GIA Longevity), un organismo internacional respaldado por Naciones Unidas y con sede en Málaga. GIA Longevity busca situar el envejecimiento saludable en el centro de la agenda global. Para su primera cumbre, GIA Longevity ha escogido la capital malagueña como sede, en concreto el Hotel Vincci Selección Posada del Patio, en el Pasillo de Santa Isabel, en pleno centro histórico de la ciudad.

Más allá de aspectos científicos, la cita servirá para abordar cómo prepararnos a nivel personal y profesional para vidas más largas: desde la planificación económica hasta el aprendizaje continuo como herramienta para seguir activos durante más años.

“Andalucía TRADE Global 2026. Impulsa tu empresa en el mundo” se celebrará los próximos 17 y 18 de noviembre en FYCMA-Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. Se trata del encuentro anual sobre comercio internacional de Andalucía y el que más países tiene representados de España, los 75 en los que presta servicio la Red Andalucía TRADE Internacional, cuyos representantes en los cinco continentes trasladarán a las empresas andaluzas participantes las oportunidades de negocio que hay en el mundo, a través de cientos de reuniones de negocio B2B.

Andalucía TRADE Global se celebra cada año, alternando sede en Sevilla y Málaga. En 2026 vuelve a la capital de la Costa del Sol, donde tuvo lugar en 2024 a través de un excepcional formato online, debido a la dana que azotó la zona, con un balance de 1.179 reuniones B2B celebradas.

En esta ocasión, estará organizada por la Consejería de Universidad, Industria, Energía e Innovación, a través de Andalucía TRADE, y contará

El MMH 2026 reunirá a expositores de una veintena de países procedentes de los cinco continentes



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El MMH 2026, la feria de referencia para la minería en Europa, reunirá del 20 al 22 de octubre en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (Fibes) a expositores procedentes de una veintena de países, reforzando su carácter internacional y consolidándose como uno de los principales encuentros europeos dedicados a la minería y las materias primas minerales.

Junto a la importante representación de España, la VI edición del MMH contará

con expositores de 22 países: Alemania, Bélgica, Canadá, Chile, Croacia, Grecia, Finlandia, Francia, Lituania, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza, Turquía, India, Corea del Sur, Marruecos, Perú, Estados Unidos y Australia. Esta representación internacional volverá a convertir Sevilla en un punto de encuentro para compa-

ñías mineras, empresas auxiliares, centros tecnológicos, asociaciones sectoriales e instituciones procedentes de los mercados más importantes del mundo.

Esta creciente presencia internacional se ve respaldada, además, por el reconocimiento como feria con internacionalidad completa concedido por el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, que el MMH obtuvo por primera vez en 2024 y que ha renovado para esta sexta edición. Esta certificación pone en valor su capacidad para atraer expositores y visitantes de otros países, así como para generar oportunidades de negocio, impulsar el intercambio de conocimiento y dar a conocer las últimas innovaciones del sector.

Organizado por la asociación de la minería metálica Aminer y MMEvents, el MMH 2026 se celebrará bajo el lema 'La minería: pilar estratégico para el futuro de Europa' y combinará una amplia zona expositiva con un Congreso Científico de primer nivel y un completo programa de actividades dirigido a fomentar el intercambio de conocimiento y las relaciones profesionales.

Sevilla TechPark inicia la contratación de un nuevo sistema de transporte colectivo autónomo



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Sevilla TechPark, dependiente de la Consejería de Universidad, Industria, Energía e Innovación, ha publicado en el Perfil del Contratante de la Junta de Andalucía las seis licitaciones que componen el gran proyecto de Compra Pública de Innovación (CPI), que tiene como objetivo contratar servicios innovadores –tecnologías no existentes aún en el mercado– para mejorar la movilidad, la eficiencia energética, la digitalización o la edificación inteligente en el parque científico y tecnológico, en línea con el proyecto eCitySevilla.

Entre las contrataciones destaca la de un nuevo sistema de transporte colectivo,

autónomo y de cero emisiones, que actuará a modo de lanzadera desde el área denominada 'Banqueta de la Expo' y tendrá varias paradas en el interior del recinto.

La Consejería ha dotado este proyecto de CPI con 19,8 millones de euros, a través del Programa FEDER Andalucía 2021-2027. Se pretende convertir Se-

villa TechPark en un verdadero laboratorio urbano cuyas soluciones innovadoras implantadas sean exportables a otras ciudades andaluzas.

Los licitadores que deseen concurrir a cualquiera de las seis contrataciones tendrán hasta final de septiembre para el envío de sus propuestas. El plazo de ejecución de cada uno de estos seis contratos será de 24 meses, contados desde el día siguiente a su formalización y, en todo caso, hasta el 31 de diciembre de 2028, estructurándose en fases sucesivas de análisis, diseño, integración tecnológica, despliegue de infraestructuras, operación piloto y validación final de la solución.

La Autoridad Portuaria de Sevilla licita la Compra Pública Innovadora del gemelo digital de la Vía Navegable del Guadalquivir



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Guadaltwin situará al Puerto de Sevilla a la vanguardia de la innovación portuaria con una navegación más eficiente, segura y sostenible. Su objetivo principal es mejorar la capacidad del buque y facilitar el acceso marítimo con más carga hasta el Puerto de Sevilla.

El gemelo digital optimizará la navegación con una planificación y gestión más precisa de la canal, y mejorará la operativa y la maniobrabilidad. Para ello, integrará datos hidrográficos, ambientales y operativos, lo que favorecerá la simulación de escenarios y toma de decisiones.

Una de las principales novedades de Guadaltwin es el desarrollo de un piloto automático que simula el calado operativo, capaz de ejecutar miles de escenarios en segundos. Este módulo analiza el comportamiento de un buque bajo combinaciones físicas y operativas como la marea, calado, corrientes, viento, hidrodinámica, carga o velocidad, permitiendo definir y planificar con mayor precisión el uso de la Eurovía del Guadalquivir.

Otro de los desarrollos consiste en un simulador 3D en tiempo real. Esta herramienta facilitará al servicio de practica la posibilidad de evaluar escenarios y ensayar maniobras especiales o poco frecuentes en un entorno virtual inmersivo. Incluirá navegación diurna, nocturna o con poca visibilidad y servirá, además, como plataforma de formación para el entrenamiento en escenarios virtuales con total seguridad.

Asimismo, Guadaltwin incorpora un planificador automático de la navegación que aplica la información generada por los dos módulos anteriores, reducirá tiempos administrativos, mejorará la predictibilidad de las ventanas operativas y los servicios técnico – náuticos (prácticos, remolcadores y amarradores).

Guadaltwin será capaz de anticipar, simular y planificar la navegación en toda la vía del Guadalquivir. Este gemelo digital beneficiará tanto a la Autoridad Portuaria de Sevilla, como a Capitanía Marítima, Corporación de Prácticos de la Ría del Guadalquivir, junto a navieras, operadores logísticos y otros usuarios del Puerto de Sevilla.

La Asociación de Empresas de Publicidad de Sevilla (AEPS) se incorpora como socio corporativo de la Academia de la Publicidad



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La participación de AEPS en la Academia representa un paso especialmente significativo dentro de esta estrategia, pues su sólida trayectoria en la defensa y promoción del sector publicitario, así como su capacidad para dinamizar la actividad profesional en su ámbito de influencia, aporta-

rán un importante valor a los proyectos que la Academia de la Publicidad está activando en materia de divulgación, formación, reconocimiento del talento, y fortalecimiento de la profesión.

Se trata de una alianza que permitirá poner en marcha iniciativas conjuntas, con una fuerte implantación territorial, creando un modelo de cooperación que sirva de referencia para futuras adhesiones de otras asociaciones profesionales de diferentes zonas de España.

Tras este acuerdo, la Academia de la Publicidad continúa avanzando en su objetivo de convertirse en la institución de referencia para toda la profesión publicitaria española desde la pluralidad, el conocimiento compartido y la colaboración entre todos los actores de la industria.



Crece las trabas: los autónomos destinan 226 horas anuales a trámites y burocracia

La Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos, ATA, denuncia la insostenible carga burocrática que soportan los más de 3.472.000 autónomos en España. Los datos son contundentes: un trabajador por cuenta propia destina una media de 226 horas al año exclusivamente a realizar trámites con las diferentes administraciones y al cumplimiento de sus obligaciones fiscales, laborales y de Seguridad Social.

Este tiempo gastado se ha incrementado en los últimos meses por la incertidumbre en las novedades normativas: nuevo reglamento de Inteligencia Artificial de la UE, cambios en veri*factu, registro horario... “Si en diciembre hablábamos de 200 horas al año, toda la nueva burocracia no ha venido a

reducir esa cifra. Todo lo contrario. No nos dejan ni conciliar ni estar tranquilos”, ha asegurado Lorenzo Amor, presidente de ATA.

Esta dedicación no solo supone una pérdida de tiempo productivo, sino que tiene un impacto económico directo. Teniendo en cuenta un coste medio de 15 euros por hora, estas 226 horas representan un coste de 3.390 euros anuales por autónomo. En términos globales, la burocracia y el cumplimiento normativo le cuestan al colectivo más de 11.000 millones de euros al año (11.770.080.000€) y más de 780 millones de horas dedicadas por los autónomos a gestionar trámites burocráticos.

En una actividad donde la jornada media es de 47 horas semanales, el autónomo dedica al menos cuatro horas de su negocio a la semana o de su descanso para cumplir con la administración. Los autónomos señalan en el

► **Supone un coste de 11.000 millones de euros y más de 758 millones de horas dedicadas por los autónomos a gestionar trámites burocráticos**

► **Estas 226 horas representan un coste de 3.390 euros anuales por autónomo**

Barómetro de ATA que las trabas burocráticas son uno de sus principales lastres. Para un 40,7% de los encuestados considera prioritaria la reducción de la burocracia, sugiriendo entre otras cosas pasar del modelo actual de cuatro declaraciones fiscales a dos o incluso a una única declaración anual. No solo supone un coste añadido, sino que merma drásticamente su capacidad de conciliación. Así, las horas dedicadas a la burocracia por el total de los autónomos suponen tanto como el trabajo semanal (47 horas de media) de 317.000 autónomos.

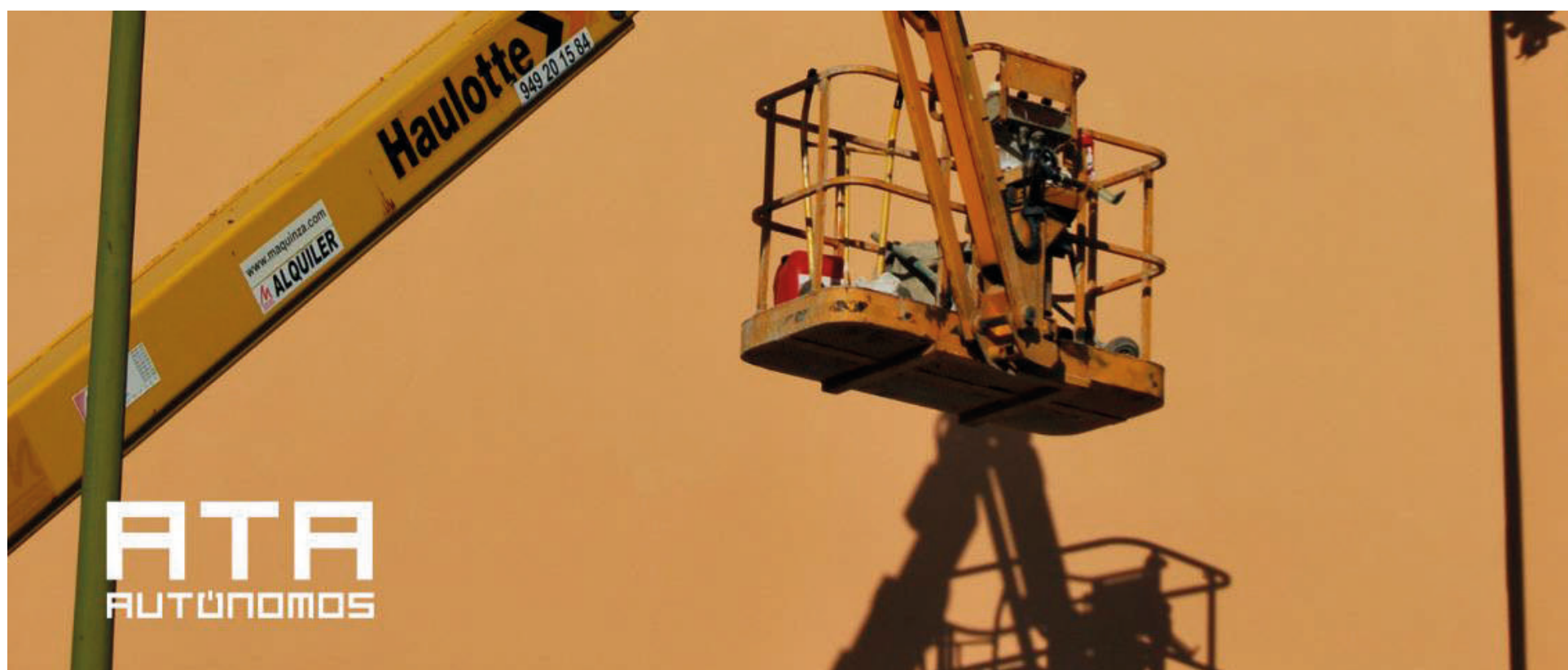
Esta situación se agrava para el casi millón de autónomos que tienen trabajadores a su cargo. Para ellos, el aumento de la carga administrativa es exponencial, ya que a sus trámites personales como autónomo deben sumar todas las obligaciones laborales y nor-

mativas propias de los empleadores, que son cada vez más complejas y exigentes.

“La burocracia está ahogando al colectivo. Llevamos años oyendo hablar de simplificación administrativa y de reducción de cargas, pero es algo que nunca llega a hacerse realidad porque el cumplimiento normativo cada vez es mayor”, señala Lorenzo Amor, presidente de ATA. “Cada vez hay más normas que suponen más trámites y más obligaciones. España no puede seguir a este ritmo. Se necesita un cambio radical porque la burocracia está ahogando y asfixiando a los autónomos”.

Por todo ello, la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos, ATA, advierte que el actual sistema es insostenible. “Cada día dedicamos más tiempo a los papeles y menos a generar riqueza. Menos conciliación, menos descanso y un mayor coste económico. No podemos permitir que la administración se convierta en un obstáculo en lugar de un facilitador. Muchos son los que este verano, en lugar de descansar, están repasando papeles y normativa para evitar sustos y ponerse al día con el temido papeleo”, concluye Lorenzo Amor.

Desde ATA colaboramos con el Ministerio para la Transformación Digital y Función Pública para reducir trabas a través de la herramienta <https://ata.es/incidencias-aapp/> en la que pueden expresar los problemas que han encontrado en su relación diaria con las diferentes administraciones para buscar soluciones.



Un total de 32 autónomos fallecieron hasta junio por accidente de trabajo en España, un 28% menos que en 2025

El número de accidentes con baja laboral registrados en España ha ascendido a 303.853 siniestros en el primer semestre del año, cifra que es un 1,3% superior a la registrada en el mismo periodo un año antes. De estos accidentes, un total de 290.495 los han sufrido trabajadores asalariados y 13.358 trabajadores autónomos, según los últimos datos de la Estadística de Accidentes de Trabajo publicada este viernes por el Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Es relevante el hecho de que mientras que se han registrado aumentos en el número de accidentes con baja de los asalariados, éstos han descendido los de los autónomos. Así, los trabajadores por cuenta propia han visto como el número de accidentes de su colectivo se ha reducido en un 2,4% (-330 accidentes en cifras absolutas), mientras que en el caso de los trabajadores por cuenta ajena se ha registrado un aumento del 2% (5.773 accidentes más en cifras absolutas) respecto a los seis primeros meses de 2025.

Si nos centramos en los accidentes registrados en el colectivo de trabajadores por cuenta propia

► **Mientras aumentan los accidentes con baja tanto entre los trabajadores asalariados, descienden en el caso de los autónomos**

► **Cataluña y Andalucía, las CCAA que más muertes han registrado en 2026**

observamos que 12.389 se produjeron en jornada de trabajo y 969 fueron in itinere (al ir o al volver del lugar de trabajo). Según la gravedad de los accidentes, 12.087 fueron leves, 270 fueron graves y 32 fueron mortales. Cabe destacar que respecto a 2025, en cifras totales se ha registrado un descenso de 290 accidentes leves, de 31 accidentes en el caso de los graves, mientras que se ha registrado un ascenso de 7 en el caso de los accidentes mortales.

Teniendo en cuenta el sexo, el mayor número de accidentes con baja registrado entre los autónomos se ha dado en los hombres (10.228), mientras que las mujeres

autónomas han registrado 2.161 accidentes con baja en los seis primeros meses de 2026. La cifra de los accidentes en el caso de los varones ha descendido en 354 siniestros (-3,3%), mientras que ha aumentado en 40 en el caso de las mujeres (+1,9%).

Por sectores, se han registrado un mayor número de accidentes con baja entre el colectivo de autónomos de la construcción (3.809) y agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (1.592). En todos los sectores los datos han descendido respecto al mismo periodo de 2025, excepto en el sector de la industria manufacturera, que ha crecido en 87 siniestros; en el del sector del comercio al por mayor y al por menor (+12) y en el de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (+4).

El número de accidentes mortales más alto se dio en la construcción (14). Le siguen los accidentes mortales del sector servicios (12), agrario (4) e industria (2). Al compararlos con el mismo periodo de 2025, el sector de la servicios ha registrado 8 accidentes mortales más y el de la industria 1. Por su parte, el sector agrario y el de la construcción han registrado un descenso de un accidente mortal

respecto al mismo periodo del año anterior en ambos casos.

Entre las comunidades autónomas, el mayor número de accidentes en términos absolutos de enero a junio de 2026 se ha dado en Andalucía (2.468 accidentes), aunque el dato está por ligeramente por debajo del total registrado hace un año, cuando la cifra de accidentes con baja en esta comunidad autónoma fue de 2.498 accidentes totales, comunidad que desafortunadamente también se encuentra entre las tres con el número de muertes más elevado del periodo en cuestión. Estas han sido Cataluña (6), Andalucía (6) y Comunidad Valenciana y Extremadura, que han registrado 4 fallecimientos de trabajadores por cuenta propia, respectivamente.

Junto a Andalucía, destacan también en cuanto al número de accidentes laborales con baja Cataluña, que ha registrado 1.860 accidentes de autónomos entre enero y junio de este año; Comunidad Valenciana (1.604) y Madrid (1.214). Si analizamos el número de muertes, detrás de Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Extremadura destacan las registradas en Galicia (3) y Madrid y Navarra (2 fallecimientos, res-

pectivamente). Lamentablemente, también han registrado un fallecimiento de trabajador autónomo en jornada de trabajo Aragón, Baleares, Cantabria, Castilla y León, País Vasco y La Rioja.

LAS CIFRAS MUESTRAN UNA FALTA DE FORMACIÓN E INFORMACIÓN

El secretario general de ATA y responsable del área de prevención de riesgos laborales, José Luis Perea, ha afirmado que *“a pesar de que el número de accidentes totales en el colectivo de autónomos ha bajado en estos seis primeros meses del año con respecto al mismo periodo del año anterior, no podemos relajarnos y no podemos relajarnos porque, entre otras cosas, los accidentes mortales han subido”*.

“Tenemos 32 autónomos que han perdido la vida en el trabajo, siete más que el año pasado, y esto muestra también la falta de formación e información que hay, y una dejación total por parte de las Administraciones Públicas en fomentar una cultura preventiva tan necesaria para gente que no solo arriesga su patrimonio, sino también, como estamos viendo en muchos casos, su propia vida”, ha concluido José Luis Perea.



Javier González de Lara, presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía y José Carlos Escribano, presidente del Consejo de Turismo de CEA, presiden esta sesión inicial junto a Manuel Gavira, vicepresidente segundo y consejero de Turismo, Justicia, Desregulación y Administración Local.

La Confederación de Empresarios de Andalucía ha celebrado la primera reunión de su Consejo de Turismo con la nueva Consejería de Turismo, Justicia, Desregulación y Administración Local, un encuentro de trabajo centrado en avanzar las líneas de esta nueva etapa para seguir fortaleciendo una industria estratégica para Andalucía desde la formación, la promoción y la innovación.

La sesión, que ha contado con una alta representación de diversos sectores y territorios de la comunidad autónoma, ha puesto el foco en la importancia de continuar trabajando en distintas áreas que impactan sobre esta industria transversal que es motor de la economía andaluza con efecto arrastre en más de 80 sectores, así como en la relevancia de la participación, la escucha activa y la cogobernanza, como modelo esencial para impulsar propues-

CEA reúne a su Consejo Empresarial de Turismo para mantener el primer encuentro de trabajo con el nuevo equipo de la Consejería de Turismo



tas consensuadas que refuercen el liderazgo turístico sostenible de la comunidad y contribuyan a la creación de empleo y riqueza.

CEA es la organización empresarial de referencia en Andalucía, con más de 200.000 empresas asociadas y 800 organizaciones terri-



toriales y sectoriales miembros. Es agente del Diálogo Social, voz de la empresa en Andalucía e interlocutora legítima con las administra-

ciones públicas para trasladar las propuestas e intereses de la empresa en los espacios de decisión. Compromiso. Excelencia. Acción.



La Confederación de Empresarios de Andalucía valora los datos del paro correspondientes al mes de julio, subrayando la evolución positiva del mercado laboral andaluz y el papel de las empresas en la generación de empleo estable.

Manuel Carlos Alba, director del Área Jurídica y Relaciones Laborales de CEA, señala que “el mercado de trabajo en Andalucía sigue una trayectoria positiva y lidera la bajada del paro a nivel nacional, con más de seis puntos de diferencia. La contratación indefinida crece un 17% anual y la temporalidad baja hasta el 19%.”

Estos resultados se producen en un mes marcado por el fin de campañas agrícolas y una menor intensidad en la contratación en el sector servicios, factores que tradicionalmente condicionan el comportamiento del empleo en la comunidad. Aun así, Andalucía mantiene una posición de liderazgo respecto al conjunto del país.

Desde una perspectiva más amplia, Manuel Carlos Alba destaca el po-

Valoración Paro: CEA destaca el liderazgo de Andalucía en la reducción del desempleo

tencial de la contratación indefinida, que experimenta un crecimiento sostenido y ha permitido reducir la temporalidad en más de once puntos en los últimos cinco años, situándose en niveles históricamente bajos.

En relación con la capacidad de creación de empleo, añadió que “las empresas siguen apostando por la calidad en el

empleo, aunque las micro y pequeñas empresas afrontan mayores cargas laborales que limitan su capacidad de contratación. Es esencial reforzar el diálogo social, garantizar seguridad jurídica y permitir que la negociación colectiva adapte los convenios a cada sector y empresa, favoreciendo competitividad y más empleo.”

CEA insiste en la importancia de inten-

sificar los mecanismos de diálogo social e institucional, reforzar la seguridad jurídica en la elaboración y desarrollo normativo y consolidar un marco laboral que permita a las empresas adaptarse a las circunstancias de cada sector. La organización subraya que estos elementos son clave para impulsar la competitividad, la productividad y la creación de empleo en Andalucía.

Yolanda Sánchez Escobar: “El principal reto ha sido el cambio drástico en la forma de comunicar”

ENTREVISTA

YOLANDA SÁNCHEZ ESCOBAR
CONSEJERA DELEGADA
MAILING ANDALUCÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo nació Mailing Andalucía y qué os llevó a apostar por este proyecto empresarial?

La empresa fue fundada por mi padre Francisco Sánchez Montilla en el año 1.984, en el corazón de Andalucía, una historia de emprendimiento, esfuerzo y visión se ha escrito con tinta indeleble a lo largo de más de cuatro décadas.

En una época en la que no existían las múltiples opciones de comunicación actuales, se dio cuenta de que grandes empresas comenzaban a utilizar el correo como herramienta publicitaria y canal de venta, y vio en ello una oportunidad única.

La empresa comenzó a ofrecer servicios postales a empresas, recogiendo correspondencia, facturas y documentos para su franqueo, pero él, fiel a su espíritu innovador, no tardó en ampliar los servicios, incorporando procesos de impresión y ensobrado para que las empresas no tuvieran que encargarse de estas tareas.

En un mundo cada vez más digital, ¿qué papel siguen desempeñando los servicios de mailing, logística y comunicación personalizada para las empresas?

Desempeñan un papel fundamental. Nuestra empresa se ha dedicado durante 40 años a la comunicación en papel y al envío postal, que representaba entre el 70% y el 80% de nuestra producción, especialmente en impresiones masivas para la administración y grandes clientes. En los últimos cinco o seis años el sector ha cambiado enormemente. La transformación digital ha modificado la relación con los clientes, pero también ha demostrado que la comunicación física sigue

siendo muy eficaz cuando se integra con los canales digitales. Hoy apostamos por la comunicación multicanal, donde cada herramienta aporta valor y en la cual somos expertos.

¿Qué os diferencia de otras empresas del sector y cuáles son los valores que definen a Mailing Andalucía?

Mailing Andalucía es una empresa especializada en soluciones de comunicación, impresión, ensobrado, mailing y gestión documental. Nuestro objetivo es ayudar a empresas e instituciones a comunicarse de forma eficiente, segura y personalizada, incorporando siempre la innovación y la tecnología. Contamos con certificaciones en calidad, medioambiente y seguridad de la información, y estamos en proceso de certificarnos en el Esquema Nacional de Seguridad (ENS).

Nuestros valores fundamentales son la calidad, la innovación, el compromiso con los clientes y el valor de las personas. La tecnología es imprescindible, pero son los profesionales quienes marcan la diferencia a través de un servicio cercano y eficaz.

A lo largo de la trayectoria, ¿cuáles han sido los principales retos a los que os habéis enfrentado y cómo los habéis superado?

El principal reto ha sido el cambio drástico en la forma de comunicar, reflejado en el notable descenso del envío postal tradicional. Lo hemos superado adaptándonos a las necesidades del mercado y mejorando nuestros procesos para ser más eficientes.

Como respuesta, hemos lanza-

do dos líneas de negocio más, una está centrada en la manipulación de productos promocionales para grandes empresas donde manipulamos las promociones personalizadas, montamos expositores, embalamos productos para distribuirlos a grandes superficies.

La tercera línea de negocio, la más reciente creada hace ya 5 años, está dedicada a los servicios de Ecommerce, ofreciendo una gestión integral a toda empresa o autónoma/a que venda sus productos online, en cuanto al espacio para el almacenaje, logística y herramientas necesaria para gestionar sus inventarios y preparar sus pedidos para el envío.

Nuestro desafío continuo es seguir innovando, incorporar nuevas tecnologías, mejorar los procesos y mantener la cercanía. La innovación no consiste solo en adquirir tecnología, sino en anticiparse a las necesidades del mercado y crecer.

Como mujer empresaria, ¿cómo ha sido tu experiencia al frente de una empresa y qué aprendizajes destacarías en este camino?

Llegar a la presidencia, hace 15 años, supuso una gran responsabilidad. Ha sido un camino de aprendizaje continuo, compromiso, esfuerzo, mucha dedicación y nada fácil en un mundo empresarial de hombres.

He tenido la oportunidad de crecer junto a la empresa, afrontar nuevos retos y comprobar que el esfuerzo, la constancia y la capacidad de adaptación son fundamentales, aunque por ser mujer he tenido que



demostrar constantemente mi valía y capacidad para ocupar un alto cargo y liderar la empresa. Llegar a la presidencia supone una gran responsabilidad, pero también la oportunidad de impulsar un proyecto sólido y con vocación de futuro.

“En ciertos sectores, la presencia femenina en los máximos órganos de decisión sigue siendo menor de lo que debería”

Liderar significa tomar decisiones, marcar una dirección y crear un entorno en el que el talento pueda desarrollarse. Creo firmemente en un liderazgo cercano, basado en la confianza, la escucha y el trabajo en equipo.

Cada vez hay más mujeres liderando proyectos empresariales, ¿crees que existen barreras por superar y qué consejo darías a quienes desean emprender?

Hemos avanzado mucho y es muy positivo ver a más mujeres liderando proyectos de éxito gracias a su talento y preparación. Sin embargo, todavía existen retos. En ciertos sectores, la presencia femenina en los máximos órganos de decisión sigue siendo menor de lo

que debería, y persisten dificultades para conciliar la vida profesional y personal.

Los mejores resultados se consiguen con equipos diversos. El liderazgo no entiende de género, sino de responsabilidad, preparación, toma de decisiones y capacidad para inspirar. Me gustaría que en el futuro no fuera noticia que una mujer presida una empresa; ese será el verdadero indicador de igualdad real. A quienes desean emprender, les aconsejo que no tengan miedo a innovar, que sean constantes y que construyan empresas basadas en valores. Las personas, los equipos, siguen siendo el verdadero motor.

¿Cuáles son los próximos objetivos de Mailing Andalucía y qué mensaje te gustaría transmitir tanto a vuestros clientes como a quienes están pensando en emprender?

Miramos al futuro con ilusión, convencidos de que el éxito se construye a través de relaciones duraderas, la escucha activa y el trabajo bien hecho, manteniendo siempre la profesionalidad, la confianza y la cercanía.

Queremos agradecer a nuestros clientes la confianza depositada en nosotros a lo largo de los años; ellos son el motor que nos impulsa a mejorar. Nuestro compromiso es seguir siendo un socio estratégico para empresas e instituciones, combinando experiencia y tecnología con un equipo humano altamente comprometido.

A quienes están pensando en emprender, les diría que confíen en su capacidad, que no dejen de formarse y que no teman asumir responsabilidades. El liderazgo se construye con preparación, esfuerzo, perseverancia y rodeándose de buenos equipos.



Hay una frase que se ha convertido en la respuesta automática de casi cualquier conversación.

—¿Qué tal?

—Uf... no paro.

Lo curioso es que ya ni siquiera suena a queja. Suena a presentación. A carta de presentación, incluso. Parece que cuanto más llena está una agenda, más importante resulta quien la lleva. Hemos terminado asociando estar ocupado con ser relevante, como si el tiempo libre fuera un síntoma de fracaso.

Hace unos días pensé en ello mientras intentaba cuadrar una comida con unos amigos. No hablamos del sitio. Ni del menú. Ni siquiera de las ganas que teníamos de vernos. La conversación consistió, básicamente, en comparar calendarios. Entre viajes, reuniones, actividades de los niños, citas médicas, entrenamientos, cumpleaños y compromisos de última hora, encontrar dos horas libres parecía una operación de ingeniería.

Y me pregunté cuándo empezamos a vivir así.

Porque antes la frase “tengo tiempo” sonaba bien. Era una señal de que las cosas iban razonablemente bien. Hoy casi da vergüenza pronunciarla. Si alguien dice que ha tenido una tarde tranquila, inmediatamente siente la necesidad de justificarla. Como si hubiera que pedir perdón por no vivir permanentemente acelerado.

Lo más llamativo es que esta competición no la impone nadie. Nos hemos apuntado voluntariamente.

Presumimos de responder correos desde el aeropuerto, de

El prestigio de no tener tiempo

atender llamadas durante las vacaciones o de cerrar asuntos importantes mientras esperamos a que salga un entrenamiento infantil. Contamos con cierto orgullo que llevamos semanas sin descansar o que apenas hemos dormido cinco horas. Lo relatamos como quien enseña una medalla.

Y, sin darnos cuenta, hemos empezado a admirar justamente eso.

Quizá por eso también hemos cambiado nuestra forma de hablar. Ya nadie dice que está trabajando mucho. Dice que va “a mil”. Nadie tiene una semana complicada. Tiene “la agenda imposible”. Nadie está cansado; está “desbordado”. Incluso el ocio necesita planificación. Para descansar hace falta reservar con meses de antelación.

Lo paradójico es que la tecnología prometía justo lo contrario. Cada nueva aplicación iba a ahorrarnos tiempo. Cada avance nos permitiría organizarnos mejor. Cada herramienta haría nuestra vida más sencilla. Sin embargo, el tiempo que supuestamente ganamos siempre termina ocupado por otra tarea.

Es como si hubiéramos decidido que cualquier hueco vacío representa una oportunidad desperdiciada.

Y eso tiene consecuencias que van mucho más allá del cansancio.

Nos cuesta mantener conversaciones sin mirar el reloj. Retrasamos llamadas porque “no encontramos el momento”. Posponemos visitas familiares durante semanas mientras

somos capaces de responder decenas de mensajes irrelevantes al día. Hemos aprendido a

gestionar el tiempo, pero quizá hemos olvidado priorizarlo.

Lo preocupante es que esta manera de vivir empieza a contagiarse. Los más jóvenes crecen creyendo que el éxito consiste en no tener un minuto libre. Que una agenda saturada es el objetivo al que aspirar. Que descansar solo está permitido cuando ya no queda nada más por hacer. Y eso, sencillamente, nunca ocurre.

No se trata de trabajar menos. Ni de renunciar a la ambición. Tampoco de idealizar una vida pausada que probablemente nunca existió.

Se trata de preguntarnos por qué hemos convertido el “no llego” en una especie de distintivo social.

Quizá el verdadero estatus hoy no sea encadenar reuniones, responder mensajes a cualquier hora o vivir con la sensación permanente de que falta tiempo para todo.

Quizá el auténtico privilegio sea poder sentarse a tomar un café sin mirar el móvil cada treinta segundos. Comer con alguien sin tener prisa por levantarse. Llegar a casa y no sentir la obligación de seguir produciendo.

Tal vez el éxito no consista en conseguir que cada minuto del día esté ocupado.

Tal vez consista, precisamente, en poder permitírnos que alguno no lo esté.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

Vivir más ya no es suficiente: el reto es vivir mejor

España se encuentra entre los países con mayor esperanza de vida del mundo. Es, sin duda, una buena noticia. Sin embargo, esa realidad nos plantea una nueva pregunta:

¿estamos preparados para vivir más años y, sobre todo, hacerlo con una buena calidad de vida?

Durante mucho tiempo, el gran objetivo de la medicina ha sido aumentar la esperanza de vida. Hoy, sin dejar de perseguir ese propósito, el reto ha cambiado. Ya no nos basta con sumar años; queremos sumar calidad de vida. Queremos llegar a edades avanzadas manteniendo la autonomía, la energía, la capacidad de disfrutar de nuestro entorno y una buena salud física y mental. En definitiva, aspiramos a vivir más, pero también a vivir mejor.

Ese concepto tiene un nombre: longevidad saludable.

No hablamos únicamente de retrasar el envejecimiento. Hablamos de conseguir que las personas lleguen a cada etapa de la vida con la mayor autonomía, vitalidad y calidad de vida posibles. Es una forma de entender la salud mucho más amplia, en la que la prevención adquiere un papel protagonista y en la que cada decisión que tomamos hoy puede influir en cómo viviremos dentro de diez, veinte o treinta años.

Cada vez sabemos más sobre cómo influyen la alimentación, el ejercicio físico, el

OPINIÓN
SILVIA CANTOS
CEO DE LABORATORIOS BEST MEDICAL



descanso, la salud emocional o las relaciones sociales en nuestro bienestar. Hoy entendemos que la salud no depende de un único factor, sino del equilibrio entre muchos de ellos. Esa visión integral está transformando la forma en la que nos cuidamos y también la manera en que la ciencia y la innovación responden a las nuevas necesidades de la sociedad.

Este cambio de paradigma también está modificando la relación que tenemos con nuestra propia salud. Hace apenas unos años acudíamos al médico, en la mayoría de los casos, cuando aparecía un problema. Hoy existe una mayor conciencia sobre la importancia de prevenir, de conocer mejor nuestro cuerpo y de incorporar hábitos saludables como parte de nuestra rutina. La prevención ha dejado de ser una recomendación para convertirse en una auténtica cultura del bienestar.

Este cambio tiene una especial relevancia en el caso de la mujer. No solo porque presenta una mayor esperanza de vida, sino porque también convive con mayor frecuencia con determinadas patologías crónicas, procesos inflamatorios, alteraciones hormonales o enfermedades asociadas al dolor persistente. A ello se suman factores propios del ritmo de

vida actual —como el estrés, el sedentarismo o la falta de descanso— que pueden influir de manera significativa en su bienestar a lo largo de las distintas etapas de la vida.

Por eso, hablar hoy de longevidad saludable implica necesariamente hablar de un enfoque más personalizado. Cada persona envejece de una manera diferente, tiene unas necesidades concretas y atraviesa momentos vitales distintos. No existen soluciones universales, sino respuestas que deben adaptarse a las características y circunstancias de cada individuo. Esa personalización será, sin duda, una de las grandes tendencias que marcarán el futuro de la salud y el bienestar.

En paralelo, asistimos a una mayor visibilidad de enfermedades que hasta hace pocos años apenas formaban parte de la conversación pública. Es el caso de las patologías incluidas dentro del Síndrome de Sensibilidad Central, como la fibromialgia, el síndrome de fatiga crónica o determinadas formas de migraña. Son enfermedades que tienen un importante impacto en la calidad de vida de quienes las padecen y que, debido a la complejidad de sus síntomas, continúan suponiendo un reto tanto para su diagnóstico como para su tratamiento.

La creciente atención que reciben estas patologías refleja también una evolución positiva. Hoy entendemos mejor que el bienestar no consiste únicamente en evitar enfermedades graves, sino también en atender aquellas dolencias que afectan profundamente al día a día de las personas y condicionan su bienestar físico, emocional y social. Dar respuesta a

estas necesidades requiere seguir investigando, generar evidencia científica y avanzar en un conocimiento cada vez más profundo de sus causas y posibles abordajes.

Precisamente ahí reside uno de los grandes desafíos para el sector de la salud y el bienestar. La innovación ya no consiste únicamente en desarrollar nuevas soluciones, sino en comprender mejor cómo cambian las necesidades de las personas a medida que cambia también nuestra forma de vivir. Investigar, generar evidencia científica y transformar ese conocimiento en respuestas útiles será cada vez más importante.

También será fundamental mejorar la divulgación. Vivimos en una sociedad en la que nunca había sido tan sencillo acceder a información sobre salud, pero tampoco había resultado tan complicado distinguir entre el conocimiento científico y las modas pasajeras. En este escenario, avanzar en investigación será tan importante como ayudar a las personas a tomar decisiones informadas sobre su propia salud.

Para quienes trabajamos en el ámbito de la salud y el bienestar, esta evolución supone también una gran responsabilidad. Comprender mejor las necesidades de las personas, escuchar a los profesionales sanitarios y transformar ese conocimiento en soluciones útiles será una de las claves para acompañar una sociedad que vive más años y aspira, sobre todo, a vivirlos mejor.

Ese es, probablemente, uno de los mayores desafíos que afrontaremos como sociedad en las próximas décadas. Porque la verdadera revolución de la salud ya no consiste solo en añadir años a la vida. Consiste, sobre todo, en añadir vida a los años.

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

Edición: Grupo de Comunicación TDC S.L.

Directora: Montserrat Hernández

Delegada: Celia Díaz

Secretaría de gerencias: Ana Pérez

Marketing y Tecnología: José Luis Martínez

Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: direccion@tribunadeandalucia.es

redaccion@tribunadeandalucia.es

publicidad@tribunadeandalucia.es

nº55 | Depósito Legal: SE 321-2022

Imprime: BERMONT

OPINIÓN

ROCÍO PORFIRIO
CARPIOFARMACÉUTICA.
CONSULTORA EN CALIDAD,
SEGURIDAD ALIMENTARIA Y
SOSTENIBILIDAD.
CEO ACH CONSULTING

La microbiota: el aliado invisible que determina cómo toleramos lo que comemos



En los últimos años, la ciencia ha descubierto que la inocuidad de los alimentos no termina en la fábrica ni en la cocina: continúa dentro de nosotros. La microbiota intestinal —ese ecosistema de microorganismos que vive en nuestro cuerpo— influye en cómo toleramos lo que comemos, cómo nos defendemos de los patógenos y por qué dos personas pueden reaccionar de forma distinta ante el mismo alimento. Entender esta relación es clave para proteger la salud y el bienestar en un momento en el que la alimentación es más compleja que nunca.

Microbiota y alimentos: una relación clave para nuestra salud y bienestar

Cuando pensamos en alimentos inocuos, solemos imaginar controles, análisis y normas que garantizan que lo que comemos no nos hará daño. Sin embargo, en los últimos años se ha descubierto que la inocuidad no termina en la fábrica ni en la cocina: continúa dentro de nosotros. Y ahí entra en juego la microbiota, ese conjunto de microorganismos que vive en nuestro intestino y que influye en cómo respondemos a lo que comemos.

Este vínculo —la relación entre los alimentos y la microbiota— está cambiando la forma en la que entendemos la salud y el bienestar. Ya no basta con que un alimento sea inocuo; también debe ser capaz de respetar y proteger el equilibrio de nuestra microbiota. Y, a la vez, una microbiota sana nos ayuda a defendernos mejor de los riesgos alimentarios.

Es una relación profunda, cotidiana y mucho más importante de lo que imaginábamos.

Antes de llegar a casa: los microorganismos que acompañan a los alimentos

Los alimentos no viajan solos. En su superficie, en su interior y en los entornos donde se producen conviven microorganismos que pueden influir en su calidad y en cómo los toleramos. Las superficies y equipos de las industrias alimentarias albergan comunidades microbianas que, aunque invisibles, pueden pasar al alimento.

Un ejemplo claro son los biofilms, esas capas microscópicas que se forman en equipos y superficies. Cuando un biofilm se instala, los microorganismos que viven en él se vuelven más resistentes a la limpieza y pueden permanecer durante semanas. Esto significa que un alimento puede contaminarse sin que nadie lo vea, incluso en instalaciones que cumplen las normas.

Por eso, la inocuidad no consiste solo en “que no haya patógenos”, sino en controlar las comunidades microbianas del entorno. Y esto tiene un impacto directo en la microbiota del consumidor.

La microbiota intestinal: nuestra última barrera de defensa

Una vez el alimento llega a nuestra mesa, la relación continúa dentro de nosotros. La microbiota intestinal actúa como una barrera que:

- dificulta la entrada de microorganismos dañinos,
- refuerza la mucosa intestinal,
- modula la respuesta inmunitaria,
- y ayuda a neutralizar sustancias potencialmente peligrosas.

Cuando la microbiota está equilibrada, esta barrera funciona bien. Pero cuando se altera —por estrés, mala alimentación, antibióticos o enfermedades— somos más vulnerables a infecciones y a contaminantes que antes podíamos manejar sin problema.

El ejemplo cotidiano

Imagina dos personas que comen el mismo plato de pollo. El pollo, sin saberlo, está contaminado con una pequeña cantidad de *Salmonella*.

- Persona A tiene una microbiota diversa y equilibrada. Consume fibra, fermentados y lleva tiempo sin tomar antibióticos.

- Persona B ha pasado por una etapa de estrés, ha tomado antibióticos recientemente y su dieta es pobre en fibra.

Ambas ingieren la misma cantidad de bacteria. Pero solo una se intoxica.

La diferencia está en la microbiota. La Persona A tiene un ecosistema intestinal capaz de bloquear la colonización del patógeno: sus bacterias buenas compiten por espacio y nutrientes, producen sustancias antimicrobianas y refuerzan la barrera intestinal. La Persona B, en cambio, tiene una microbiota debilitada. El patógeno encuentra hueco, se multiplica y provoca síntomas.

Este ejemplo resume la relación: la inocuidad no depende solo del alimento, sino también del estado de la microbiota del consumidor.

Cómo influyen los alimentos en la microbiota

La calidad microbiológica y nutricional de los alimentos afecta directamente al equilibrio intestinal. Algunos ejemplos claros:

1. Alimentos contaminados Una intoxicación puede alterar la microbiota durante semanas. Incluso cuando los síntomas desaparecen, el ecosistema intestinal tarda en recuperarse.
2. Ultraprocesados, aunque sean inocuos desde el punto de vista higiénico, pueden empobrecer la diversidad microbiana, un marcador clave de salud intestinal.
3. Residuos químicos Pesticidas, metales pesados o micro plásticos pueden modificar la microbiota y aumentar la inflamación intestinal.
4. Fermentados Yogur, kéfir, chucrut o kimchi aportan microorganismos beneficiosos que enriquecen la microbiota.
5. Fibra y prebióticos Frutas, verduras, legumbres y cereales integrales alimentan a las bacterias buenas y refuerzan la barrera intestinal.
6. Carne y aves Cuando los animales tienen una microbiota equilibrada, son menos susceptibles a patógenos como *Salmonella*. Esto significa que la carne llega al consumidor con menos riesgo.

Cómo influye la microbiota en nuestra tolerancia a los alimentos

La microbiota intestinal no solo recibe el impacto de los alimentos: también protege frente a los riesgos.

- limita la colonización por patógenos,
- neutraliza toxinas,
- refuerza la barrera intestinal,
- reduce la inflamación.

Una microbiota equilibrada es, en sí misma, una herramienta de protección. Por ello, las personas con una microbiota debilitada —por estrés, antibióticos o dietas pobres en fibra— suelen tener más episodios de malestar digestivo tras consumir alimentos contaminados.

Estrategias prácticas para proteger la microbiota desde la alimentación y el día a día

1. Variar los alimentos de una semana a otra. La microbiota prospera con diversidad. Cambiar frutas, verduras y cereales cada semana aumenta la variedad de bacterias beneficiosas.
2. Introducir “microhábitos” que alimentan la microbiota. Añadir semillas a una ensalada, sustituir un snack ultra procesado por fruta o incluir legumbres dos veces por semana son gestos discretos que enriquecen la microbiota.
3. Consumir alimentos con fibra resistente presentes en plátano verde, patata cocida y enfiada, arroz enfiado o avena, alimenta a las bacterias que producen compuestos antiinflamatorios, lo que la convierte en una estrategia eficaz.
4. Incorporar fermentados cotidianos: yogur natural, kéfir o queso curado aportan microorganismos beneficiosos. Lo importante es la regularidad.
5. Evitar intoxicaciones con prácticas sencillas pero decisivas: enfriar rápido los alimentos cocinados, no mezclar utensilios crudos y cocinados y descongelar siempre en la nevera. Una intoxicación puede alterar la microbiota durante semanas.
6. Reducir la “carga química invisible”: lavar frutas y verduras con agua y fricción, evitar plásticos dañados o calentados y priorizar productos frescos frente a los muy procesados.
7. Cuidar la microbiota en momentos de vulnerabilidad. Tras una gastroenteritis, un antibiótico o una etapa de estrés, conviene aumentar fibra, incluir fermentados y evitar alcohol y ultra procesados.
8. En la industria: pensar en microbiomas, no solo en patógenos Vigilar comunidades microbianas completas permite anticipar problemas de contaminación, deterioro o biofilms antes de que aparezcan.
9. En restauración: prácticas que protegen al cliente, tales como Rotación adecuada de alimentos, evitar mantener platos templados durante horas y reforzar la limpieza de superficies olvidadas (mandos, asas, paños).
10. Dormir y gestionar el estrés: la estrategia más infravalorada. El estrés y la falta de sueño alteran la microbiota tanto como una mala dieta. Dormir bien mejora la capacidad del cuerpo para tolerar alimentos y defenderse de patógenos.

Conclusión

La relación entre los alimentos y la microbiota es estrecha y decisiva. La microbiota puede ser fuente de riesgo, barrera protectora y herramienta de control. Y la calidad de los alimentos que consumimos influye directamente en nuestro bienestar.

Cuidar la microbiota no es una moda ni un concepto abstracto: es una forma real y cotidiana de proteger nuestra salud. Y empieza, sencillamente, por elegir y manejar bien los alimentos que llegan a nuestra mesa.

Salud, belleza y mundo animal: el Compliance como garantía jurídica de tres sectores en plena expansión



El socio de Claver & Egler, Gonzalo J. Fdez-Sambruno Claver, junto a una infografía sobre los puntos de análisis de los sectores de la salud, la belleza y el mundo animal, explica por qué el Compliance es la garantía jurídica que toda clínica, centro de estética y empresa del cuidado animal necesita para operar con seguridad.

Salud, belleza y cuidado animal comparten hoy un rasgo llamativo: son tres sectores que crecen muy por encima de la economía general, movidos por un consumidor que ya no considera el bienestar —propio o de sus mascotas— un lujo, sino una necesidad esencial. La sanidad privada española aporta ya el 2,47% del PIB, con 37.048 millones de euros y una plantilla que supera los 320.000 profesionales. La industria de la perfumería y la cosmética alcanzó en 2025 una cifra histórica de 11.818 millones de euros, creciendo al doble de ritmo que el PIB nacional. Y el sector del animal de compañía mueve ya 36.681 millones y sostiene más de 44.500 empleos directos. Sin embargo, detrás de este dinamismo se oculta una realidad que muchas

empresas no han asumido con la seriedad que merece: operar en la salud, la estética o el cuidado animal sin un sistema de Compliance es exponerse a un riesgo penal y sancionador de primer orden en tres de los ámbitos hoy más vigilados por las autoridades.

Tres sectores que crecen al doble que la economía

Las cifras son reveladoras. En sanidad privada, el seguro de salud alcanza ya una penetración del 26,2% de media nacional y el volumen de primas llega a 13.312 millones de euros; la dermatología y la medicina estética figuran entre las especialidades más demandadas y mejor remuneradas del país. En belleza, el consumo per cápita supera los 221 euros anuales, España es el segundo exportador mundial de perfumes solo por detrás de Francia, y la peluquería profesional factura

6.000 millones con más de 52.000 salones y 114.400 empleos directos, en un sector donde la presencia femenina alcanza el 92%. En el mundo animal, las clínicas veterinarias de pequeños animales ce-

rraron 2025 con más de 3.069 millones de euros de facturación —un 7,4% más que el año anterior—, y el 95% de los propietarios afirma que no reduciría el gasto en la salud de sus mascotas pese a la presión económica. Estamos ante tres ecosistemas de extraordinaria complejidad que, sin embargo, operan en muchos de sus segmentos con niveles de cumplimiento normativo muy por debajo de su dimensión real.

Una regulación que no admite improvisación

El marco normativo aplicable a estos tres sectores es de una complejidad singular. La Ley 44/2003 de ordenación de las profesiones sanitarias, la Ley 41/2002 de autonomía del paciente, el Real Decreto 1907/1996 sobre publicidad sanitaria, la normativa de la Agencia Española de Medicamentos y Pro-

ductos Sanitarios, el Reglamento General de Protección de Datos —que otorga a los datos de salud la máxima categoría de especial protección—, la Ley 7/2023 de protección y bienestar de los animales y la Ley 11/2021 de prevención del fraude fiscal conforman un entramado que ninguna empresa puede gestionar de forma improvisada. Desde la reforma del Código Penal de 2015, el artículo 31 bis obliga a toda sociedad a contar con un modelo de prevención de delitos eficaz. En sectores marcados por el acto sanitario, el tratamiento intensivo de datos sensibles, la publicidad agresiva y la manipulación de productos y medicamentos, la exposición al riesgo penal económico es especialmente elevada.

Los riesgos penales en la salud, la estética y el mundo animal

Intrusismo y delitos contra la salud pública. Es hoy el mayor foco de riesgo del sector médico-estético. La Operación Kalopsia, desarrollada en febrero de 2025 en Sevilla, Málaga, Córdoba, Cádiz y otras provincias, se saldó con cuatro detenidos y 41 investigados por 53 delitos contra la salud pública, estafa, intrusismo profesional y pertenencia a organización criminal. Entre los compradores de sustancias ilegales figuraban clínicas de estética legalmente establecidas. Permitir que actos propios de una profesión sanitaria los realice quien carece de titulación no es una mera irregularidad organizativa: puede generar responsabilidad penal para el centro y su administrador conforme al artículo 403 del Código Penal.

Publicidad sanitaria engañosa. El Real Decreto 1907/1996 prohíbe expresamente los testimonios, imágenes o afirmaciones que induzcan a error sobre los resultados de un tratamiento. La publicidad estética que promete éxito garantizado, que omite el nombre y número de colegiado del responsable o que emplea fotografías de antes y después en entornos promocionales puede constituir publicidad ilícita, con sanciones que alcanzan los 600.000 euros y el cierre temporal del centro en los casos más graves. Las comunidades autónomas están reforzando en 2026 la vigilancia automática de redes y buscadores.

Protección de datos de salud. Los datos sanitarios y biométricos gozan de la máxima protección bajo el RGPD. Clínicas, centros de estética y consultas manejan historiales, imágenes y diagnósticos cuyo tratamiento inadecuado expone a la empresa a sanciones millonarias. Sin un modelo que integre la protección de datos y el deber de información y consentimiento del paciente, cualquier brecha de seguridad se convierte en una grave contingencia económica y reputacional.

Bienestar animal y tenencia responsable. La Ley 7/2023 ha elevado las exigencias sobre clínicas veterinarias, criadores, tiendas y núcleos zoológicos, con un régimen sancionador que va de 500 euros en las infracciones leves hasta cuantías muy superiores en los supuestos de maltrato. Conviene precisar que el seguro de responsabilidad civil para todos los perros, previsto en la ley, no será exigible con carácter general hasta que se apruebe su desarrollo reglamentario, si bien numerosas normativas autonómicas y locales ya lo imponen. La empresa del sector que no verifique el cumplimiento de estas obligaciones asume directamente el riesgo sancionador.

Por qué el Compliance es la inversión más rentable del sector

OPINIÓN

GONZALO JUAN FERNÁNDEZ-SAMBRUNO CLAVER

ABOGADO TITULAR DE CLAVER & EGLER ABOGADOS Y MEDIADORES SLP. PENALISTA ECONÓMICO, COMPLIANCE OFFICER POR WCA E IOC (ÚNICO EN EL MUNDO)

Gonzalo Fernández Sambruno

Implantar un modelo de cumplimiento normativo en la salud, la belleza o el cuidado animal no es un coste operativo: es la inversión de mayor retorno estratégico que una empresa de estos sectores puede realizar. Protege penalmente al administrador y al director sanitario, que sin ese modelo responden con su patrimonio personal y su libertad. Facilita el acceso a conciertos, aseguradoras y grandes grupos que exigen la acreditación de Compliance como condición previa para contratar. Y actúa como escudo reputacional ante cualquier investigación de la administración sanitaria, la Agencia Tributaria, la Agencia Española de Protección de Datos o los tribunales.

Por qué acudir a especialistas

El Compliance aplicado a la salud, la estética y el mundo animal no admite soluciones genéricas. Requiere el cruce del derecho penal económico, la normativa sanitaria y de profesiones tituladas, la regulación de la publicidad, la protección de datos especialmente sensibles y la legislación de bienestar animal. Claver & Egler Abogados es el único despacho con las dos certificaciones más importantes como Compliance Officer Técnico, expedidas por la World Compliance Association y el Instituto de Oficiales de Cumplimiento, y la especialización en derecho penal económico —y en responsabilidad sanitaria— necesaria para diseñar modelos de prevención que funcionen como auténticos escudos jurídicos.

Conclusión

La salud, la belleza y el cuidado animal son tres de los sectores más pujantes de la economía española y andaluza. Su crecimiento acelerado y la sensibilidad de la actividad que desarrollan los convierten también en entornos de riesgo penal elevado. En un contexto en el que la administración sanitaria, la Agencia Tributaria, la Agencia de Protección de Datos y las fuerzas de seguridad intensifican su vigilancia, operar sin un sistema de Compliance no es una opción arriesgada: es una negligencia que puede costar la empresa, el patrimonio y la libertad.

Para el empresario andaluz ligado a estos sectores —desde el titular de una clínica hasta el centro de medicina estética, desde el salón de belleza hasta la clínica veterinaria— el Compliance no es burocracia. Es la única garantía sólida en un entorno normativo cada vez más exigente. Un despacho especializado como Claver & Egler Abogados puede diseñar e implantar ese modelo a medida, garantizando que su empresa crezca con plena seguridad jurídica.

OPINIÓN

ANA JÁUREGUI
RAMÍREZINGENIERA Y DIRECTORA-GERENTE
DEL REAL ALCÁZAR DE SEVILLA Ana María Jáuregui
Ramírez @amjauregui

El susurro del Paraíso: Historia, ecología y bienestar animal en los Reales Alcázares de Sevilla

El Real Alcázar de Sevilla no es únicamente un testimonio monumental labrado en piedra, azulejo y yesería; es, ante todo, un ecosistema vivo donde la arquitectura y la naturaleza han dialogado armónicamente desde hace siglos.

En el siglo XII, bajo el esplendor del dominio almohade, el conjunto palatino fue concebido bajo la premisa del jardín islámico andalusí, una proyección terrenal y poética del Paraíso coránico, el espacio ajardinado andalusí se vertebra como un microcosmos completo. En esta concepción, el discurrir del agua por acequias y albercas, el frescor de la vegetación frondosa y el trino de las aves no actuaban como elementos aislados, sino que convergían para moldear una experiencia sensorial, espiritual y estética total.

La presencia de la avifauna en la Sevilla medieval era un pilar estructural del paisaje palaciego. No se trataba de meros adornos exóticos, sino de seres integrados en un ecosistema controlado que aportaban sonido, colorido, simbolismo y un insustituible control biológico de plagas e insectos. La documentación histórica de la época ratifica las pautas de cría, cuidado y cobijo de patos, palomas domésticas y deslumbrantes pavos reales. Del mismo modo, desvela la devoción cortesana por el arte de la cetrería. Aves rapaces como halcones y azores eran adiestradas no solo como símbolo de estatus y nobleza, sino como muestra del sutil equilibrio entre el ser humano y el mundo silvestre.

Junto a los pavos reales que simbolizaban la majestuosidad de la corte y las aves acuáticas que habitaban las grandes albercas, el recinto cobijaba una rica sinfonía de aves canoras. Ruiseñores, mirlos y jilgueros llenaban los rincones sombríos de los jardines con su canto. Además, las leyendas y testimonios de la época recuerdan la presencia constante de rapaces nocturnas, como los búhos que anidaban en las cubiertas del palacio, valorados por la sabiduría popular y por su impecable labor como protectores naturales frente a los roedores.



Traer al presente aquella visión donde la cultura y la biodiversidad caminan de la mano exige una gestión a la altura del siglo XXI. La conservación del patrimonio histórico no puede desvincularse de la responsabilidad ética con los seres vivos que lo habitan. Con este propósito, desde el monumento se ha puesto en marcha un ambicioso programa de gestión a través de licitaciones públicas, como son los servicios técnicos especializados destinados a mejorar la calidad de vida de la fauna urbana del Alcázar.

Esta iniciativa supera la mera contemplación pasiva y aboga por una gestión zoosanitaria activa y científica, a través de personal veterinario y técnico especializado, garantizando procedimientos que velan por la salud integral del núcleo zoológico, como Identificación y anillamiento individual permitiendo el seguimiento científico y la trazabilidad de las poblaciones de aves

en el entorno monumental, Controles sanitarios y analíticas periódicas para prevenir enfermedades infecciosas, monitorizar el estado nutricional y reaccionar con rapidez ante cualquier alteración de la salud animal o la Gestión ética de la sobrepoblación a través de protocolos no lesivos para supervisar la densidad poblacional de ciertas especies.

A pesar de la riqueza histórica y basándonos en directrices de programas europeos como Life-Refauna, el Real Alcázar estudia la restauración y consolidación de especies autóctonas que actualmente no se encuentran presentes en el ecosistema del monumento, las propuestas estarán alineadas con los ejes europeos "Espacio para la Naturaleza" y "Salvaguardando nuestra especie", donde el recinto sea un refugio funcional y un modelo de gestión aplicable a otros conjuntos patrimoniales de Europa. Esta iniciativa se fundamenta en la meto-

dología del hacking o crianza campestre, donde la reintroducción de aves se basa en la crianza de polluelos en semilibertad, afianzando la fidelidad de estos a nuestros jardines y aumentando la supervivencia durante su desarrollo. Entre las especies previstas, se encuentran el Halcón peregrino, Lechuza común, Búho chico y Cárabo común (aves nocturnas especializadas en el control de micromamíferos y roedores), Autillo europeo y Cernícalo primilla (pequeñas rapaces insectívoras cruciales para la regulación de plagas de grandes insectos y ortópteros), Búho real y Gineta.

Por otro lado, la preservación de la biodiversidad en un monumento visitado por millones de personas exige también velar por la salud pública. En este sentido, la prevención frente al virus del Nilo Occidental (VNO), constituye un eje de actuación prioritario. Lejos de recurrir a fumigaciones indiscriminadas que dañarían el ecosistema, el Real Alcázar aplica un riguroso plan técnico fundamentado en el control biológico y la gestión sostenible del agua. Las actuaciones preventivas se centran en neutralizar las larvas de mosquito mediante métodos respetuosos con el medio ambiente, Larvicida biológico con Bti, en las albercas y estanques que albergan fauna acuática sensible, se utiliza *Bacillus thuringiensis* subespecie israelensis (cepa AM65-52), este tratamiento periódico es altamente selectivo para las larvas de mosquito y completamente inofensivo para los peces y el resto de la fauna, Control biológico mediante fauna piscícola, la variada población de peces, especialmente la carpa común (*Cyprinus carpio*) y la carpa koi (*Cyprinus carpio koi*), ejerce una depredación natural incesante sobre las larvas de insectos en las grandes fuentes y estanques, Cloración selectiva, aplicada diariamente en fuentes ornamentales que carecen de fauna viva, impidiendo que el agua se transforme en foco de cría o Mantenimiento hídrico exhaustivo en canaletas, sistemas de riego por goteo, vaciado y repintado semestral del vaso de los estanques, todo ello dentro del Plan Municipal de Vigilancia y Control Vectorial 2026.

El Real Alcázar de Sevilla demuestra que la historia y el progreso ecológico no son términos antagónicos, sino complementarios. Aquella mirada andalusí que entendía el jardín como un Paraíso viviente recobra hoy toda su vigencia. Con acciones respaldadas en directrices europeas, una contratación pública volcada en la ética y la ciencia, y un compromiso inequívoco con la salud ambiental y la seguridad de la ciudadanía, el monumento se reafirma no solo como un tesoro del pasado, sino como un faro de innovación y biodiversidad para el futuro. Un patrimonio vivo y consciente para el siglo XXI.

OPINIÓN

CURRO RODRÍGUEZ

GLOBAL CEO DE LY
COMPANY GROUP.AUTOR DE *EL APRENDEDOR*

Este verano he visto más caras nuevas que en toda mi vida. No hablo de gente que ha adelgazado. Hablo de gente que se ha quedado con otra cara, la famosa “cara Ozempic”. Mejillas hundidas, piel que le sobra, un aire cansado que antes no tenían. Y todos, sin excepción, con la misma explicación susurrada en la sobremesa: «me estoy pinchando».

No hace falta ser médico para notar el patrón. Se ha vuelto un tema de barra de bar. El cuñado que llevaba veinte años intentando bajar esos kilos con dietas de lunes a viernes y ahora, en tres meses, ha desaparecido media persona. La compañera de trabajo que antes hablaba de su nuevo gimnasio y ahora habla de su nueva farmacia. El amigo que un día deja de ir a entrenar porque, para qué, si ya no tiene hambre. Todos contentos, todos delgados, y a mí, sinceramente, cada vez me preocupa más lo que no se ve en la foto de después.

Porque aquí lo que estamos normalizando no es un tratamiento médico. Es un mercado paralelo. Conozco casos, y no son pocos, de gente que se pincha algo que le ha traído un conocido de un viaje, o que le llega por mensajería sin receta, sin médico, sin seguimiento de ningún tipo. Se guarda en la nevera de casa al lado de los yogures, y nadie se pregunta si esa cadena de frío se ha roto en algún punto del trayecto. La conversación de sobremesa ha sustituido a la consulta del endocrino. Y eso, dicho así, suena tan mal como es en realidad.

Mientras tanto, un diabético ha llegado a la farmacia y se ha encontrado con que no había Ozempic. No una vez. Varias. Y la explicación no es ningún misterio: si media ciudad se pincha lo mismo para llegar mejor a la boda o a la playa, el que de verdad lo necesita para vivir hace cola detrás.

Y luego está la parte que no se cuenta en las fotos de Instagram, esa que solo se ve en persona, de cerca, en una boda o en una comida familiar. Gente que ha perdido peso, pero también color, energía, incluso algo de sí misma. Caras que envejecen de golpe. Cuerpos que se quedan flojos donde antes había firmeza, porque adelgazar así, sin mover un músculo ni cambiar una costumbre, no distingue entre grasa y todo lo demás. Se pierde volumen, sí. También se pierde base.

No estoy escribiendo esto para señalar a nadie ni para dar lecciones de vida ajena, cada uno hace lo que puede y lo que quiere con su cuerpo y con su ansiedad de espejo,



Salud o postureo. La operación bikini sin esfuerzo

de hecho, hablo con conocimiento de causa, porque yo también caí y lo probé. Pero sí quiero decir en voz alta lo que muchos comentamos en privado: hay algo profundamente triste en convertir la salud en un atajo de farmacia sin médico de por medio.

Se ha vendido esto como una revolución de la salud, y en parte lo es, cuando lo receta

un médico a quien de verdad lo necesita. Pero cuando se convierte en la solución exprés de quien solo quiere entrar en el vestido de la boda de septiembre, dejamos de hablar de salud. Hablamos de otra cosa. De la incapacidad de aceptar el propio cuerpo, del pánico al verano, de la vergüenza disfrazada de bienestar. Eso no es cuidarse. Es

puro postureo con bata blanca.

Y aquí es donde toca decir algo incómodo: la operación bikini de toda la vida, la de sudar, comer mejor y aguantar el tirón, al menos te dejaba algo cuando terminaba el verano. Un hábito, una rutina, algo tuyo. Esto no deja nada cuando se acaba el pinchazo, salvo la costumbre de seguir pinchándose y, lamentablemente perder la cultura del esfuerzo. Y cuando alguien deja de hacerlo, lo que viene después no suele ser bonito de ver.

No pido que se prohíba nada ni que se juzgue a quien lo usa con criterio médico real. Pido, simplemente, sentido común: que quien necesita este fármaco para no enfermar no tenga que competir con quien lo quiere para una foto de vacaciones. Y que, de una vez, dejemos de disfrazar de salud lo que en realidad es puro postureo con etiqueta médica: no querer trabajar por nada, ni siquiera por el propio cuerpo, y pagar para que lo haga un medicamento por ti.

La infraestructura invisible de la competitividad

OPINIÓN

ROSA SILES

CONSEJERA Y MENTORA.
DIRECTORA EJECUTIVA DE
FOUNDERS ANDALUCÍA

in Rosa Siles Moreno

Salud, conocimiento, confianza y calidad de vida se incorporan a la nueva ecuación con la que ciudades, empresas y territorios compiten por talento, inversión y futuro

Durante décadas hemos explicado la competitividad de un territorio a partir de variables reconocibles: infraestructuras, comunicaciones, energía, universidades, fiscalidad, capital o capacidad industrial. Todas siguen siendo determinantes. Pero personas y empresas incorporan nuevas variables cuando deciden dónde establecerse, invertir o desarrollar su carrera. Salud, conocimiento, confianza y calidad de vida empiezan a formar parte de una ecuación de competitividad mucho más amplia.

Las ciudades, escenario decisivo de la salud y la competitividad

Se ha repetido muchas veces que el código postal puede influir en nuestra salud tanto como el código genético. La expresión simplifica una realidad compleja, pero apunta a algo esencial: el entorno importa. El aire, el agua, la vivienda, el ruido, la movilidad, los espacios verdes, la alimentación o el ritmo de vida condicionan nuestro bienestar. Las ciudades son, por tanto, uno de los grandes escenarios desde los que se construirá la salud de las próximas décadas.

Y esa realidad tiene una lectura económica. Una ciudad competitiva ya no puede medirse solo por sus conexiones o incentivos. También compite con la vida que ofrece. Naturaleza, cultura, educación, salud, calidad del aire o conciliación influyen en su capacidad para atraer y retener talento. La propuesta de valor de una ciudad se parece cada vez menos a un catálogo de infraestructuras y más a una experiencia de vida.

Andalucía ante una nueva geografía del talento

Andalucía ha sabido proyectarse como un magnífico lugar para vivir. El gran salto consiste ahora en demostrar que también es un territorio desde el que trabajar, investigar, emprender, innovar y competir internacionalmente. La calidad de vida se convierte en ventaja competitiva cuando se combina con oportunidades profesionales, conectividad,



universidades, empresas y ecosistemas capaces de transformar conocimiento en actividad económica.

Esta oportunidad no pertenece solo a los grandes polos urbanos. Las áreas metropolitanas concentran capacidades empresariales, tecnológicas y científicas, mientras las ciudades medias y los entornos rurales aportan proximidad, comunidad, naturaleza y otra relación con el tiempo. Andalucía puede competir desde esa diversidad, integrando en una misma propuesta de valor la posibilidad de desarrollar proyectos profesionales ambiciosos y disfrutar de una buena calidad de vida.

El conocimiento científico entra en la ecuación

La investigación, la inteligencia artificial, los datos y la salud digital permiten comprender mejor cómo el entorno afecta a nuestra salud, identificar riesgos y anticiparnos. Pero producir conocimiento es solo una parte del reto. El verdadero impacto aparece cuando la evidencia científica llega a las decisiones de administraciones, empresas, profesionales y ciudadanía.

El enfoque One Health expresa bien esta evolución al conectar la salud humana con la de los animales y los ecosistemas. La prevención empieza también en cómo diseñamos nuestras ciudades, qué aire respiramos, cómo producimos y consumimos o cómo nos desplazamos. La tecnología amplía nuestra capacidad de intervención, pero necesita avanzar acompañada con la ciencia y la participación ciudadana.

Lovexair: anticiparse al futuro de la salud

La Fundación Lovexair es un buen ejemplo de cómo una organización puede anticiparse a una transformación antes de que esta ocupe el centro de la conversación. Nació en 2011 a partir de la experiencia de Shane Fitch tras el diagnóstico al nacer de su hijo Arran Strong con déficit de Alfa-1 Antitripsina, una enfermedad rara. De aquella búsqueda surgió



una fundación que comprendió pronto que acompañar a las personas con enfermedades respiratorias exigía conectar ciencia, prevención, profesionales sanitarios, tecnología, divulgación y comunidad.

Esa visión ha permitido a Lovexair construir una posición de referencia global en salud respiratoria. Su ecosistema HappyAir, las evaluaciones CheckAir y los hubs desarrollados en Argentina, Colombia, México y España combinan el mundo digital con el presencial. Más de 2.000 evaluaciones realizadas en más de 32 países, más de 100 profesionales formados en salud digital y más de 10.000 ciudadanos alcanzados permiten dimensionar una trayectoria que ha ganado escala internacional sin perder su propósito.

Cuando la confianza convierte conocimiento en acción

Pero mejor ciencia y más tecnología no garantizan por sí solas mejores decisiones. Vivimos rodeados de información sobre salud y expuestos a contenidos difíciles de jerarquizar. Necesitamos referentes capaces de acercar el conocimiento con rigor y autenticidad, sin sustituir al profesional sanitario, y de convertir la evidencia en confianza y la confianza en capacidad para actuar.

Arran Strong fue durante años la voz de Lovexair y su mayor referente. Tuve la oportunidad de ser testigo de sus primeros pasos en el surf en Cádiz y, años después, de verlo convertirse en surfista profesional. Su vida mostró que el Alfa-1 no tenía por qué definir sus aspiraciones y convirtió el deporte en una extraordinaria manera de hablar de autocuidado, salud respiratoria y autonomía, especialmente entre los más jóvenes. Su trayectoria deportiva llegó hasta los World Surfing Games y el circuito profesional internacional.

Pero su capacidad de influencia fue mucho más lejos. Arran llevó esa conversación a congresos internacionales, comunidades de pacientes, encuentros con jóvenes y actividades vinculadas al surf. Llegó a quienes convivían con enfermedades raras, pero también a muchos pacientes respiratorios crónicos que encontraron en él una manera diferente de relacionarse con su salud. Su presencia en iniciativas internacionales, desde el Congreso Global de Alfa-1 hasta actividades que unían

surf, respiración y vida activa, hizo del deporte una poderosa herramienta de sensibilización y autocuidado.

Arran ayudó así a generar un movimiento global alrededor del autocuidado, el deporte y una forma activa de afrontar la salud que hoy continúa expandiéndose. Su pérdida deja un vacío inmenso para Shane, su familia y toda la comunidad de Lovexair, pero también un legado vivo en quienes aprendieron de él que cuidarse no significa vivir condicionado por una enfermedad, sino conocerse mejor para poder seguir avanzando.

La nueva propuesta de valor de territorios y empresas

Esta conversación alcanza también al mundo empresarial. Competimos con productividad, innovación, inversión e internacionalización, pero cada vez pesan más la cultura, la salud, el bienestar y la capacidad para atraer y retener talento. En el emprendimiento de alto crecimiento resulta especialmente evidente: crear y escalar una compañía exige convivir durante años con incertidumbre, presión y responsabilidad. Incorporar el cuidado físico y emocional a esa ecuación no reduce la ambición; mejora las condiciones para rendir, decidir y crecer.

Territorios y empresas afrontan, en realidad, un desafío parecido. Ambos necesitan atraer talento, innovar y crear entornos en los que las personas quieran permanecer. Andalucía tiene una oportunidad singular para convertir su calidad de vida en una auténtica ventaja competitiva, desde sus grandes polos urbanos hasta sus ciudades medias y entornos rurales, combinando ciencia, empresa, tecnología, emprendimiento y bienestar.

La próxima década seguirá necesitar carreteras, aeropuertos, energía, conectividad, capital y universidades excelentes. Pero tendremos que añadir otras variables: salud, conocimiento, confianza, comunidad y calidad de vida. Quizá algunas de las infraestructuras más decisivas de la nueva era sean precisamente las que menos vemos. Los territorios que sepan convertirlas en una propuesta de valor coherente tendrán una ventaja decisiva para atraer talento, generar empresas y transformar conocimiento en futuro.

Ojalá este nuevo curso nos traiga calma, una calma activa



Septiembre no tiene campanadas, ni uvas, ni balances televisados de madrugada. Pero para muchos de nosotros es, en realidad, el verdadero comienzo del año. Vuelven los colegios, las universidades, las empresas recuperan el pulso, las agendas se llenan y la vida pública despierta de nuevo. Por eso, igual que cada enero pedimos salud, trabajo y paz, quizá este agosto deberíamos atrevernos a pedir algo parecido para el curso que empieza: salud, trabajo y paz.

No una calma pasiva, ni conformista, ni indiferente. Hablo de una calma activa. La calma de quienes saben que el mundo necesita acuerdos, prudencia, responsabilidad y menos ruido. La calma de quienes no quieren resignarse al miedo, pero tampoco vivir instalados en la tensión permanente.

El curso que dejamos atrás, de septiembre de 2025 a agosto de 2026, no ha sido precisamente ligero. La guerra en Ucrania ha seguido recordándonos que Europa no puede dar por garantizada la paz. Gaza ha continua-

do siendo una herida humanitaria y moral difícil de mirar sin sentir impotencia. Oriente Medio ha vuelto a tensionar la energía, las rutas comerciales y la seguridad global (no sin el intento de invasión de terceros, conocidos por todos). Y, mientras tanto, la política internacional ha avanzado demasiadas veces entre bloques, sanciones, amenazas, elecciones polarizadas y desconfianza.

Tampoco el clima ni la convivencia han dado tregua. Los organismos internacionales han vuelto a alertar sobre años de calor récord, fenómenos extremos, desinformación y polarización social. No son asuntos separados: afectan a la salud, al campo, al turismo, al precio de la vida, a la confianza y a la forma en que convivimos.

También la economía ha vivido pendiente de demasiados frentes abiertos: tipos de interés, inflación, energía, comercio internacional, deuda pública, inteligencia artificial, empleo, vivienda y competitividad, y demasiado bien hemos superado el curso. Pero y ¿qué viene por delante? el FMI proyecta un crecimiento mundial del 3,0% en 2026 y del 3,4% en 2027; la OCDE, por su parte, advierte de una economía global condicionada por la incertidumbre comercial y geopolítica. España mantiene una posición relativamente sólida, con previsiones de crecimiento por encima de buena parte de Europa, aunque el Banco de España y la Comisión Europea señalan riesgos vinculados a la energía, la inflación y el entorno exterior.

Y en Andalucía, donde sabemos mucho de empezar de nuevo cada septiembre, también miramos el curso con una mezcla de esperanza y prudencia. Nuestra tierra tiene oportunidades evidentes: talento, energía, turismo, agroindustria, universidad, emprendimiento, logística, cultura y una posición geográfica privilegiada. Pero nada de eso florece igual en un clima de crispación permanente. La inversión necesita confianza. Las familias necesitan estabilidad. Las empresas necesitan reglas claras. Los jóvenes necesitan horizontes. Y la sociedad necesita algo tan sencillo y tan difícil como respirar.

Por eso, desde el lugar de vacaciones, esta reflexión quiere ser una petición. A los responsables políticos, que entiendan que discrepar no exige destruir. A los dirigentes internacionales, que recuerden que detrás de cada decisión estratégica hay vidas concretas. A los empresarios, que sigamos creando empleo y riqueza sin olvidar que la economía también es una forma de cuidar. A los medios, que informemos sin alimentar incendios innecesarios. Y a todos nosotros, ciudadanos,

OPINIÓN

ALBERTO FUENTES
ECONOMISTA Y FINANCIERO

que no confundamos tener opinión con vivir enfadados.

El nuevo curso no será tranquilo por arte de magia. No basta con desearlo. Pero lo deseamos y al mismo tiempo habrá que trabajarlo. La paz se trabaja. La convivencia se trabaja. La estabilidad económica se trabaja. La confianza institucional se trabaja. La serenidad social se trabaja. Y cada uno, desde su espacio, puede contribuir a ello, nosotros, la sociedad y civil y la empresa desde el nuestro.

Quizá el mayor desafío de este tiempo sea recuperar una palabra que parece menor, pero que sostiene sociedades enteras: responsabilidad. Responsabilidad para hablar, para decidir, para publicar, para gobernar, para invertir, para negociar, para votar, para liderar y para escuchar. Recarguemos pilas para asumir esa responsabilidad.

No podemos controlar solos la geopolítica, ni los mercados, ni las guerras, ni las grandes decisiones de los bancos centrales. Pero sí podemos decidir cómo nos posicionamos ante todo eso. Podemos elegir no amplificar el miedo. Podemos exigir acuerdos. Podemos premiar la sensatez. Podemos apoyar a quienes construyen. Podemos levantar proyectos, empresas, familias y comunidades sin esperar a que todo sea perfecto.

Ojalá el curso 2026/2027 sea más tranquilo. Ojalá el mundo encuentre más diplomacia y menos amenaza. Ojalá la política recupere algo de respeto. Ojalá la economía mantenga el empleo y proteja a quienes peor lo pasan. Ojalá Andalucía siga avanzando sin perder su forma de estar en el mundo: cercana, trabajadora, abierta y profundamente humana.

No será fácil. Pero pocas cosas importantes lo son.

Que este nuevo curso nos encuentre menos cansados de discutir y más dispuestos a construir. Menos pendientes del ruido y más atentos a lo esencial. Menos instalados en el temor y más comprometidos con la esperanza.

Porque pedir calma no es pedir que no pase nada. Es pedir que, pase lo que pase, sepamos responder mejor.

insparya
HAIR COMPANY

Grupo clínico líder
en **salud capilar**
con **tecnología patentada**

900 696 020 insparya.es

Número de registro: 64935

BotHair UltraPlus®
insparya

Yo confío en Insparya, confía tu también.

Cristiano Ronaldo
Cofundador Grupo Insparya

Nº1
en salud capilar

Reserva ya tu **consulta gratuita** con **diagnóstico médico capilar** incluido.



La revolución invisible: Cómo las nuevas generaciones están reescribiendo la salud y la belleza

OPINIÓN

MARÍA DELGADO-SCHWARMANN

EXPERTA EN DERMOCOSMÉTICA, NUTRICIONISTA Y FUNDADORA DE LA RÉUNION D'AMIES

Durante décadas, la industria de la belleza funcionó con un guion tan predecible como rentable: vender milagros en frascos elegantes, prometiendo juventud eterna a base de filtros, retoques digitales y una fuerte dosis de retórica publicitaria. Era una visión del cuidado personal meramente estética, desconectada de lo que ocurría en el interior del cuerpo y reservada a corregir arrugas, disimular marcas o encajar en cánones homogéneos.

Sin embargo, ese modelo histórico se ha roto. Y la grieta no proviene de una decisión corporativa, sino de un cambio social profundo.

Si analizamos los últimos datos del sector publicados a comienzos de 2026, las cifras confirmaban una transformación estructural acelerada: más del 70% del crecimiento global del mercado de la belleza y el cuidado personal lo están impulsando la Generación Z y los Millennials. Nos encontramos ante el relevo generacional de consumo más importante en décadas, y sus prioridades no se parecen en nada a las de sus padres.

De la estética superficial a la salud integrativa

La gran novedad de esta nueva ola no es que los jóvenes consuman más cosmética, sino cómo la entienden. La frontera tradicional entre la medicina, la nutrición, el bienestar emocional y la estética se ha disuelto.

Ya no se busca "tapar" imperfecciones; se busca comprender la biología del organismo. Conceptos como la belleza metabólica, el cuidado obsesivo de la microbiota cutánea, la nutrición celular y el *well-aging* (envejecer con salud) han dejado obsoleto al término *anti-aging*. Para el comprador actual, un rostro luminoso es el reflejo exterior de un cuerpo sano, un sueño reparador y una inflamación bajo control. Este giro conceptual ha provocado que la rutina diaria de cuidado personal pase de ser un ritual de vanidad a una herramienta activa de longevidad preventiva.

Más allá del producto: La experiencia wellness como estilo de vida

Pero esta transformación va mucho más allá de lo que aplicamos sobre la piel o de la suplementación que ingerimos. El consumidor actual no solo compra un activo cosmético; busca una experiencia personalizada que le proporcione un bienestar integral y el sentimiento real de estar cuidándose por salud, no únicamente por estética.

La cultura de la belleza y el *wellness* se han dado la mano definitivamente. Hoy, las marcas no buscan únicamente colocar un bote en la estantería del baño, sino asociarse de forma orgánica a un estilo de vida completo.

Es por ello que el marketing del sector se ha vuelto profundamente experiencial. Las presentaciones tradicionales de producto han dejado paso a encuentros holísticos: eventos que maridan el lanzamiento de una firma cosmética con clases de barre, yoga o pilates, acompañados de *brunchs* saludables y espacios de divulgación sobre hábitos de vida. Cuidar la piel, nutrir el cuerpo y mover el organismo forman parte de la misma conversación.

El fin de las falsas promesas: La era del consumidor escéptico

Esta búsqueda de bienestar auténtico

coincide con una Generación Z que ha crecido expuesta a un volumen inédito de información y, por tanto, a un nivel de escepticismo saludable ante las marcas. El marketing de aspiración vacía que triunfaba hace quince años hoy genera rechazo inmediato.

El comprador moderno no quiere *slogans* bonitos; exige evidencia científica accesible. Es un consumidor capaz de analizar la lista de ingredientes de un producto con el rigor de un químico, cuestionando la concentración de los activos, el origen biotecnológico de los compuestos y la trazabilidad de la cadena de suministro.

Esta exigencia ha forzado una democratización del conocimiento científico. Las marcas que hoy captan la atención de los más jóvenes no son las que prometen transformaciones drásticas en tres días, sino las que educan en sus canales digitales, divulgan cómo reacciona la piel ante el estrés oxidativo y muestran sin tapujos tanto las virtudes como las limitaciones de sus formulaciones.

Un nuevo estándar de valor: Ética, biotecnología y tecnología a medida

Este cambio de mentalidad también ha redefinido lo que entendemos por "lujo". El nuevo lujo ya no reside en un *packaging* pesado o en un logotipo dorado, sino en la convergencia de tres factores esenciales.

En primer lugar, la biotecnología limpia. La búsqueda de la eficacia ya no se concibe a costa de la sostenibilidad. Se imponen los ingredientes desarrollados en laboratorio mediante procesos biotecnológicos que evitan la explotación de recursos naturales, demostrando que la innovación científica y el respeto ambiental van de la mano.

En segundo lugar, la hiperpersonalización tecnológica. Las soluciones estándar "para todo tipo de pieles" pierden terreno frente a diagnósticos apoyados por inteligencia artificial, análisis del estilo de vida y tratamientos formulados a la medida de la biología única de cada individuo.

Y finalmente, una honestidad radical. La inclusión de todas las corporalidades y el rechazo a la piel artificialmente retocada han dejado de ser opciones de responsabilidad social corporativa para convertirse en el requisito mínimo para entrar en el mercado.

Un reflejo cultural que ha llegado para quedarse

Esta transformación no es un fenómeno pasajero ni una moda estética más dentro de las redes sociales. Es el reflejo de una generación que ha vivido crisis sistémicas, incertidumbre y una preocupación creciente por la salud mental, y que ha decidido redefinir el autocuidado desde la salud real, el rigor y la prevención personal.

La industria del cuidado personal está aprendiendo que el futuro de la belleza no pertenecerá a quienes prometan milagros imposibles, sino a quienes entiendan que el bienestar verdadero no se vende solo en un frasco, sino que se construye a través de experiencias significativas, ciencia, ética y un estilo de vida en equilibrio.



El cambio de paradigma que está redefiniendo la prevención, el bienestar y la calidad de vida femenina

OPINIÓN
ESTHER

PAREJO AMAT
CONSULTORA ESTRATÉGICA
DE COMUNICACIÓN,
VISIBILIDAD Y AUTORIDAD DE
MARCA PERSONAL

► Durante décadas, millones de mujeres convivieron con síntomas infradiagnosticados, tratamientos diseñados a partir de modelos masculinos y procesos vitales que apenas ocupaban espacio en la conversación sanitaria. Hoy algo está cambiando. La medicina comienza a incorporar una mirada más amplia, capaz de reconocer que la salud femenina no es una variante de la masculina, sino una realidad con necesidades, ritmos y desafíos propios

Hay cambios que no nacen de un descubrimiento repentino, sino de una nueva manera de mirar la realidad. Eso es precisamente lo que está ocurriendo en el ámbito de la salud femenina. La creciente incorporación de la perspectiva de género a la investigación y a la práctica clínica está permitiendo comprender mejor procesos biológicos, hormonales y emocionales que durante años fueron interpretados desde parámetros insuficientes o incompletos.

Hasta hace relativamente poco tiempo, buena parte de los ensayos clínicos, protocolos diagnósticos y estudios científicos se desarrollaron tomando como referencia un modelo masculino considerado universal. Sin embargo, la evidencia acumulada en los últimos años ha puesto de manifiesto algo tan evidente como trascendental: hombres y

mujeres no enferman siempre igual, no presentan necesariamente los mismos síntomas y no responden de la misma manera a determinados tratamientos.

La medicina cardiovascular ofrece uno de los ejemplos más conocidos. Mientras los síntomas masculinos del infarto han sido ampliamente difundidos, muchas mujeres experimentan señales diferentes que durante años pasaron desapercibidas o fueron atribuidas a otras causas. Algo similar ocurre con numerosas enfermedades autoinmunes, trastornos hormonales o patologías relacionadas con la salud mental, donde las diferencias de género condicionan tanto el diagnóstico como la evolución de la enfermedad.

Pero reducir este cambio de paradigma a una cuestión estrictamente clínica sería quedarse en la superficie. Lo verdaderamente relevante es que la salud femenina está dejando de ser abordada desde una lógica reactiva para empezar a construirse desde una perspectiva más amplia, preventiva e integradora.

Las mujeres ya no acuden únicamente a

la consulta para tratar una enfermedad. Cada vez más buscan comprender qué ocurre en su organismo, cómo influyen las distintas etapas vitales en su bienestar y qué herramientas pueden ayudarles a preservar su salud a largo plazo. La conversación ya no gira exclusivamente en torno a la enfermedad. Gira en torno a la calidad de vida.

En este nuevo escenario cobran protagonismo disciplinas que hasta hace poco ocupaban espacios marginales dentro del sistema sanitario. La medicina de estilo de vida, la nutrición funcional, la salud hormonal, la gestión del estrés o la medicina integrativa están contribuyendo a ampliar la mirada y a comprender que el bienestar no puede fragmentarse en compartimentos estancos.

No se trata únicamente de vivir más años. Se trata de vivirlos mejor.

La longevidad femenina constituye uno de los grandes retos sanitarios y sociales de nuestro tiempo. Las mujeres viven más que nunca, pero la esperanza de vida, por sí sola, ya no es un indicador suficiente. Hoy habla-

mos también de esperanza de vida saludable, de autonomía, de bienestar emocional y de la capacidad de mantener una buena calidad de vida durante más tiempo.

En Andalucía, esta evolución ya es visible. Cada vez son más los profesionales y centros especializados que incorporan una visión multidisciplinar de la salud. Modelos asistenciales que entienden que una alteración hormonal puede tener implicaciones emocionales, que el estrés sostenido afecta al sistema inmunológico o que la alimentación influye directamente en múltiples procesos fisiológicos. Una visión más completa, más humana y, sobre todo, más ajustada a la realidad de las mujeres.

Esta transformación también está alcanzando ámbitos tradicionalmente asociados a la belleza. Durante años se estableció una frontera rígida entre salud y estética, como si ambas dimensiones no mantuvieran una relación constante entre sí. Hoy asistimos a un enfoque mucho más sofisticado, donde conceptos como autoestima, bienestar emocional, autocuidado y percepción de la propia imagen forman parte de una misma conversación.

Porque el bienestar no empieza ni termina en una analítica. Tiene que ver con cómo vivimos, cómo nos sentimos y cómo habitamos nuestro cuerpo en cada etapa de la vida.

Quizá uno de los aspectos más esperanzadores de este cambio sea la creciente normalización de conversaciones que durante décadas permanecieron en silencio. La menstruación, la fertilidad, la maternidad, la perimenopausia o la menopausia están dejando de ser asuntos privados para convertirse en temas de interés social y sanitario. No porque antes no existieran, sino porque ahora existe una mayor disposición a escucharlos, estudiarlos y comprenderlos.

Y precisamente ahí reside la verdadera dimensión de esta transformación.

La salud femenina está viviendo el mismo proceso que las mujeres han experimentado en otros ámbitos de la sociedad: pasar de la invisibilidad al reconocimiento. De adaptarse a estructuras diseñadas sin tener plenamente en cuenta sus necesidades a participar activamente en la construcción de nuevos modelos.

Por eso, la gran revolución de la salud femenina no es tecnológica. Tampoco farmacológica. Es una revolución basada en la escucha. En el reconocimiento de experiencias que durante años fueron minimizadas. En la validación de síntomas que con frecuencia se normalizaron. En la comprensión de que atender mejor a las mujeres no significa crear una medicina diferente, sino una medicina más precisa, más justa y más humana.

Porque escuchar implica reconocer. Y reconocer implica otorgar valor a realidades que durante demasiado tiempo permanecieron en los márgenes de la conversación sanitaria. Escuchar a las mujeres supone comprender que la salud no puede abordarse desde una única perspectiva y que las distintas etapas de la vida femenina merecen atención, investigación y recursos específicos. Significa entender que el bienestar no es solo ausencia de enfermedad, sino también equilibrio, prevención, calidad de vida y acompañamiento.

Cuando la medicina empezó a escuchar a las mujeres, comenzó también a entenderlas mejor. Y cuando una sociedad aprende a escuchar a la mitad de su población, no solo mejora su sistema sanitario. Avanza en igualdad, en bienestar y en calidad de vida para todas las personas.

Sevilla ya no necesita más turistas; necesita generar más valor

OPINIÓN

GUSTAVO DE MEDINA Y ÁLVAREZ
PERIODISTA. CEO DE
IBERSPONSOR, CONSULTORES
DE COMUNICACIÓN

► **Del crecimiento cuantitativo al liderazgo cualitativo: los desafíos del turismo sevillano en la próxima década**



El Turismo Como Política Económica

El turismo es una actividad económica transversal. Un visitante consume alojamiento, restauración, transporte, cultura, comercio y ocio. Su efecto multiplicador alcanza a empresas que no siempre se identifican como turísticas.

La reducción del desempleo vinculado al turismo, del 6,94% según los datos aportados, refuerza esa condición de sector tractor. El siguiente paso debe ser mejorar la calidad del empleo, profesionalizar perfiles, reforzar idiomas y formación digital y hacer que trabajar en turismo sea atractivo para el talento joven.

Sevilla frente a sus competidores

Sevilla compite en un mercado europeo donde Málaga, Valencia, Bilbao, Lisboa y Oporto han desarrollado estrategias potentes de internacionalización, conectividad, congresos, cultura y marca. La comparación no debe ser una competición de cifras aisladas. Debemos observar qué hacen mejor los destinos que compiten por los mismos mercados.

Sevilla posee una ventaja difícilmente replicable: una identidad cultural extraordinariamente reconocible. El reto es convertirla en una propuesta contemporánea, sostenible y comercializable durante todo el año.

Málaga Y Valencia: Aprender De La Diversificación

Málaga ha demostrado la importancia de combinar turismo urbano, cultura, conectividad, cruceros y eventos. Valencia ha reforzado patrimonio, gastronomía, grandes acontecimientos y turismo de negocios. La enseñanza para Sevilla no es copiar, sino identificar segmentos complementarios.

El turismo MICE es especialmente importante. Un congresista utiliza hotel, restauración, transporte, espacios, cultura y experiencias. Además, los congresos ayudan a llenar periodos de menor demanda.



¿Debe Sevilla seguir persiguiendo récords de visitantes o ha llegado el momento de medir el éxito turístico de otra manera? Los datos del primer semestre de 2026 permiten responder que la ciudad ha entrado en una etapa diferente. Las 3.375.006 pernoctaciones, un 1,74% más, el aumento de la estancia media hasta 2,19 días, el precio medio por habitación de 148,12 euros y un RevPAR de 118,71 euros dibujan un destino que gana valor.

El verdadero éxito turístico ya no se mide por cuántas personas llegan a una ciudad, sino por cuánto valor económico, social y cultural dejan en ella.

De La Cantidad al Valor

Durante años el éxito turístico se ha medido por visitantes y pernoctaciones. Es lógico: el volumen aporta actividad y visibilidad. Pero un destino maduro debe incorporar estancia media, gasto, rentabilidad hotelera, ocupación, calidad del empleo, sostenibilidad y distribución territorial de los beneficios.

El dato de ocupación, 78,57%, confirma una demanda sólida. Que el ADR crezca un 4,51% y el RevPAR un 6,03% resulta especialmente significativo: el tejido alojativo mejora sus ingresos y el mercado está dispuesto a pagar por una experiencia Sevilla de mayor valor.

La Estancia Media, La Gran Oportunidad

Los 2,19 días de estancia media son positivos, pero también muestran una gran oportunidad. Una ciudad con el patrimonio, la gastronomía, la cultura y los eventos de Sevilla debe trabajar para convertir progresivamente una escapada corta en tres noches o más.

La solución no es pedir al visitante que se quede, sino darle razones para hacerlo: patrimonio menos conocido, flamenco, gastronomía, comercio, arte, Guadalquivir, barrios, naturaleza, enoturismo, provincia y grandes eventos.

Cada noche adicional no es solo una noche de hotel: es una oportunidad de consumo para restaurantes, comercio, cultura, transporte y empresas de servicios.



Lisboa Y Oporto: Mirar Hacia Portugal

Portugal ofrece otra referencia. Lisboa y Oporto han construido una presencia internacional potente alrededor de cultura, gastronomía, eventos y experiencia urbana. Para Sevilla, Portugal puede ser socio estratégico.

El eje Sevilla-Algarve-Alentejo-Lisboa permite imaginar productos conjuntos, circuitos internacionales y promoción cruzada para mercados de larga distancia. La proximidad y complementariedad de la oferta hacen de esta cooperación una oportunidad que merece una estrategia propia.

El Gran Reto: Integrar La Provincia

Carmona, Écija, Osuna, Santiponce, la Sierra Norte, el Corredor de la Plata y el Bajo Guadalquivir pueden ampliar la experiencia y repartir mejor la riqueza. Para ello hay que convertir recursos dispersos en productos comercializables, con transporte, reservas, relato, señalización y promoción digital.

Es imprescindible una promoción conjunta de la Provincia y la Capital, es incomprensible para el empresariado y el ciudadano medio la actual falta de convivencia que se traduce en menor efectividad al diseminar los ya escasos recursos que hay para la promoción, este tema es trunca superemos los atabismos y unamos fuerza: todos vendemos Sevilla.

La Sostenibilidad, De La Promesa A La Gestión

El crecimiento plantea preguntas sobre movilidad, agua, residuos, patrimonio y convivencia. Sostenibilidad no significa recibir menos turistas, sino gestionar mejor los flujos, distribuirlos en tiempo y territorio y reducir impactos mientras aumenta el beneficio económico y social.

Inteligencia Turística

La ciudad debe conocer mejor quién la visita, cuánto tiempo permanece, qué consume y qué experiencias busca. La inteligencia artificial puede anticipar demanda, gestionar flujos y personalizar experiencias. La tecnología debe ayudar a tomar mejores decisiones sin sustituir la hospitalidad.

Los Diez Retos Hasta 2030

1. Elevar progresivamente la estancia media hacia tres noches.

2. Incrementar la conectividad internacional y consolidar mercados de alto valor.
3. Convertir Sevilla en referencia del turismo MICE del sur de Europa.
4. Desestacionalizar la demanda.
5. Integrar la provincia en productos turísticos.
6. Potenciar gastronomía, flamenco, patrimonio, naturaleza y enoturismo.
7. Implantar inteligencia turística avanzada.
8. Convertir la sostenibilidad en ventaja competitiva medible.
9. Mejorar formación, idiomas y digitalización.
10. Fortalecer la colaboración público-privada y la cooperación con Portugal.

Veinte Ideas Para Generar Más Valor

Crear una estrategia para aumentar la tercera noche; desarrollar productos capital-provincia; campañas internacionales centradas en experiencias; congresos en meses de menor ocupación; agenda anual de grandes eventos; itinerarios gastronómicos; conexión entre turismo y comercio; experiencias nocturnas sostenibles; mejor señalización; reserva digital de productos provinciales; paquetes Sevilla-Portugal; acuerdos con aerolíneas y operadores; uso de datos para distribuir flujos; medición del gasto turístico; formación especializada; innovación de pymes; productos vinculados al Guadalquivir; turismo deportivo y de naturaleza; indicadores públicos de sostenibilidad; y una gobernanza estable entre administraciones y empresas.

La Colaboración Público-Privada

Ninguna administración puede afrontar sola este reto. Ayuntamiento, Junta, Diputación, organizaciones empresariales, empresas, universidades y entidades culturales deben compartir objetivos y datos.

El sector privado aporta inversión, conocimiento y ejecución. Las administraciones aportan planificación, infraestructuras, promoción y seguridad jurídica. Cuando ambos mundos trabajan con una misma hoja de ruta, el destino gana competitividad.

Una Oportunidad Histórica

Los datos del primer semestre son una buena noticia. Pero precisamente porque son buenos obligan a mirar más lejos. Sevilla no necesita conformarse con crecer; necesita decidir qué tipo de crecimiento quiere.

Tiene patrimonio, cultura, gastronomía, talento, empresas, conectividad creciente y una marca internacional reconocida. Tiene además una provincia con enorme potencial y una posición privilegiada para construir puentes con Portugal.

El desafío será transformar estos activos en una estrategia de alto valor añadido: atraer al visitante adecuado, durante más tiempo, en más épocas del año y con mayor distribución territorial. Sevilla ha dejado de competir únicamente por volumen. Ahora tiene la oportunidad de competir por valor, rentabilidad, sostenibilidad y calidad de vida.

El turismo sevillano tiene ante sí una oportunidad histórica. No se trata de elegir entre crecimiento y sostenibilidad, ni entre visitantes y residentes. Se trata de construir un modelo en el que el turismo contribuya a una ciudad más próspera, abierta, innovadora y habitable.

Esa debe ser la ambición: que Sevilla no sea simplemente una de las ciudades más visitadas del sur de Europa, sino una de las que mejor convierten el turismo en riqueza, empleo, cultura y bienestar.



OPINIÓN

**CRISTINA
BLANCO LARA**
VETERINARIA DIRECTORA
DE LA CLÍNICA
VETERINARIA PLUMA

¿Por qué los veterinarios tenemos un IVA del 21% siendo sanitarios?

Es un hecho que el sector de la veterinaria está en plena expansión, sobre todo al referirse a los animales de compañía. Según los datos de AMVAC registrados el año pasado, en 2024 las clínicas veterinarias facturaron un 9,2% más que en 2023.

Es por eso que somos muchos los que nos embarcamos en la aventura del emprendimiento. “Voy a montar mi propia clínica veterinaria”. Una de las decisiones más difíciles de mi vida, que me ha quitado hoy por hoy más horas de sueño que los dos hijos que tengo, y a la vez creo que una de las más acertadas.

Hoy en día, se puede emprender en Andalucía. El comienzo no es sencillo, pero se puede encontrar ayuda. Para una profana como yo, que venía de un trabajo por cuenta

ajena, a tiempo parcial para poder cuidar de mis niños, mujer, madre y veterinaria por vocación, el inicio fue un CADE, centro andaluz de emprendimiento. Realmente dos (gracias Elena por tus magistrales consejos y tu infinita paciencia). Y después de asesorarme, levantar de la nada un plan empresarial, con los más básicos conocimientos de gestión, empezó a tomar forma el proyecto.

En cualquier proyecto empresarial, la carga de impuestos tiene que ser evaluada. Seguros sociales, IRPF, autónomos, impuestos varios y una pregunta ¿Por qué los veterinarios tenemos un IVA del 21% siendo sanitarios? Pues porque nuestros servicios no están considerados como bien de primera necesidad ni están en el ámbito de la salud humana. Desde 2012 el IVA pasó de un tipo reducido al 8% a uno general al 21% en el caso concreto de los animales de

compañía. Como consecuencia los costes de mantener un animal en buenas condiciones higienicosanitarias se han visto encarecidos, como si habláramos de que llevar a tu perro al veterinario fuera un lujo. Un lujo al 21% de IVA. Y la salud no es un privilegio, es un derecho. También debería ser así para nuestras mascotas.

Dejando de calcular los impuestos que iba a pagar, algo más de un año después, dirijo una clínica veterinaria en Sevilla, con tres empleados, que funciona y crece acorde con las exigentes necesidades de nuestros pacientes.

Y es fácil entender por qué los animales se van haciendo un sitio entre nosotros. Son compañeros de muchos, ayudantes de otros y en su mayoría miembros activos de las familias. Y cada vez estamos más sensibilizados y la sociedad está más concienciada

para procurarles buenos cuidados sanitarios, tanto para tratar sus enfermedades como para prevenirlas.

Una veterinaria hoy en día, debe ser profesional, mantenerse actualizada y con una formación continuada real, debe ser sensible, empática y tener buen trato al público. ¿Será por esto que cada vez hay menos veterinarios? Porque es una realidad que en nuestro sector es difícil encontrar trabajadores, puede que, por la alta demanda de las clínicas ya existentes, por los ajustados salarios de un convenio laboral con apenas cinco años de antigüedad, por el “batacazo vocacional” que te hace dedicarte a otros sectores y “colgar el fonendo” o por la presión social de ser sanitarios “pero no”.

Siendo una profesión tan bonita como es la nuestra, tan esencial y tan sacrificada debería tener un reconocimiento real.

Y, por si fuera poco, nos aprietan desde sanidad con leyes que restringen nuestra capacidad de prescribir, como el RD 666/2023 con el que nos amenazan con sanciones gigantes. Es por esto que ha surgido la Iniciativa Legislativa Popular (ILP) del medicamento veterinario, que promueve impulsar cambios normativos que nos dejen ejercer nuestra profesión de forma adecuada y ajustada a la realidad clínica y asistencial.

Porque desde la entrada en vigor del dicho 666 los veterinarios debemos no solo justificar nuestras prescripciones de antibióticos sino documentarlas en un registro digital llamado PRESVET, que no hace más que entorpecer nuestro ejercicio profesional. No podemos prescribir lo que sabemos que funciona, nos roban el criterio clínico, retrasan nuestros tratamientos a veces con un final fatal, nos atemorizan con castigarnos económicamente, y nos obligan a incrementar la factura de los tutores con cultivos/antibiogramas y precios desorbitados por tener que comprar lo que hay en la farmacia y no lo que realmente necesita mi paciente.

Será que los veterinarios somos los culpables de las resistencias antimicrobianas mundiales y arderemos en el infierno por ello, en lugar de ocupar como hasta ahora la primera línea en la prevención de zoonosis, seguridad alimentaria y cuidado de los animales con los que convivimos. Y es que el único enfoque posible es el One Health (una sola salud), que reconoce que la salud humana, la salud animal y la salud del medio ambiente están estrechamente relacionadas. Este concepto recibe su nombre alrededor de 2003, pero hace más de un siglo que ya se le hacía mención. Básicamente consiste en promover el bienestar animal y considerar el impacto ambiental de la actividad humana, para poder preservar la salud y los ecosistemas. Evalúa resistencias antimicrobianas, zoonosis, seguridad alimentaria y control de contaminación. El objetivo es que la salud pública, la medicina, la sanidad, la veterinaria y las ciencias ambientales trabajen junto con otras disciplinas de manera conjunta para defender una única salud.

Pero a pesar de las dificultades, hay que emprender. Hay que crecer. Y cada paciente que sale adelante, cada familia que confía en nosotros, hace que merezca la pena y me recuerda por qué elegí este camino. Somos profesionales al servicio de la sociedad y seguiremos en primera línea. Y si, se puede emprender en el sector de la veterinaria, pero necesitamos mejores condiciones para poder crecer.

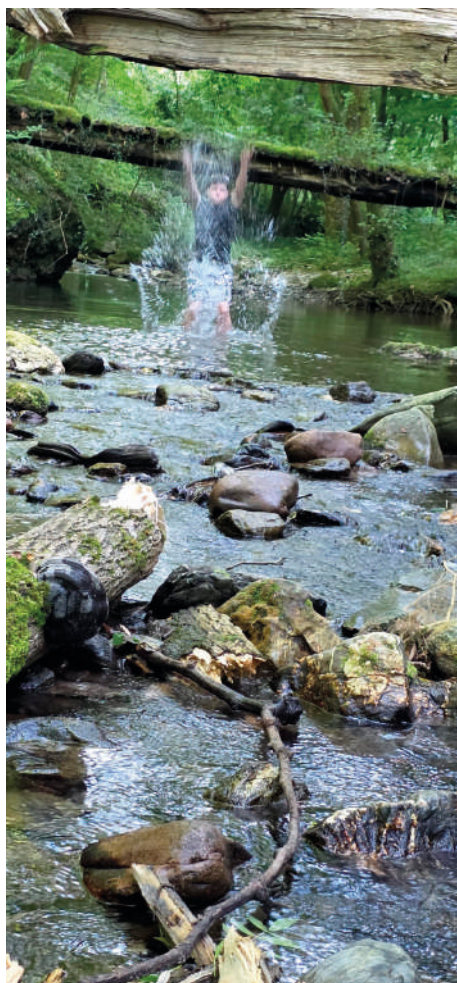
► "Viajar para descansar es un placer; viajar para reencontrarse es una transformación."

OPINIÓN

MONTSE GODOY

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN MUJER ALMA DE OLIVO. CONSULTORA INTERNACIONAL AGROALIMENTARIA Y AUDITORA DE CALIDAD

Vivimos inmersos en una sociedad que avanza a un ritmo vertiginoso. Las jornadas laborales se alargan, la tecnología nos mantiene permanentemente conectados y las responsabilidades personales y profesionales dejan cada vez menos espacio para el descanso. En este contexto, la salud mental ha pasado de ser un tema secundario a convertirse en una prioridad social. La ansiedad, el estrés y el agotamiento emocional forman parte del día a día de miles de personas. Frente a esta realidad, surge una nueva forma de viajar que va mucho más allá del ocio: el turismo de bienestar. No se trata únicamente de cambiar de destino durante unos días, sino de encontrar espacios donde recuperar el equilibrio físico, mental y emocional.



Andalucía, destino de bienestar: cuando el agua, el yoga y la naturaleza se convierten en aliados de la salud emocional

Andalucía reúne todos los ingredientes para convertirse en uno de los grandes referentes europeos de este modelo turístico. Su patrimonio termal, su riqueza natural, su clima privilegiado y una cultura profundamente ligada al cuidado del cuerpo y al disfrute pausado de la vida hacen de esta comunidad un escenario excepcional para quienes buscan algo más que unas vacaciones. El agua como fuente de salud La tradición termal andaluza tiene raíces milenarias. Romanos y árabes ya conocían el valor terapéutico de las aguas mineromedicinales, utilizándolas tanto para aliviar dolencias físicas como para favorecer el descanso y la recuperación del organismo. Hoy, los balnearios continúan desempeñando esa función, pero han ampliado su concepto. Ya no son únicamente centros donde tratar problemas reumatológicos, respiratorios o dermatológicos. Se han transformado en auténticos espacios de bienestar integral donde el descanso, la prevención y el equilibrio emocional ocupan un lugar protagonista. Sumergirse en aguas termales, disfrutar de circuitos de hidroterapia, recibir tratamientos corporales o simplemente detenerse a escuchar el sonido del agua supone una oportunidad para reducir los niveles de estrés y recuperar una sensación de calma que muchas veces hemos olvidado.

Yoga: respirar para volver a empezar. Si existe una disciplina que simboliza el bienestar emocional, esa es el yoga. Su práctica va mucho más allá de la actividad física. El yoga enseña a respirar de forma consciente, a escuchar el cuerpo y a entrenar la mente para vivir el momento presente. La combinación de movimiento, respiración y meditación favorece la relajación, mejora la calidad del sueño y ayuda a disminuir los niveles de ansiedad. Cada vez son más los balnearios y centros de bienestar que incorporan sesiones de yoga al amanecer, meditación guiada, mindfulness o técnicas de respiración como

parte de sus programas de salud. Practicar yoga rodeado de montañas, junto a un manantial o contemplando el amanecer en un entorno natural convierte la experiencia en algo mucho más profundo que una simple clase. Se transforma en una herramienta para reconectar con uno mismo. La naturaleza como terapia La ciencia lleva años demostrando que el contacto con la naturaleza tiene efectos positivos sobre nuestra salud física y mental. Caminar por un bosque, escuchar el agua de un río, respirar aire limpio o contemplar un paisaje reduce la producción de cortisol, la hormona relacionada con el estrés, favorece la concentración y mejora el estado de ánimo. Andalucía ofrece escenarios privilegiados para disfrutar de esa conexión.

Desde las cumbres de Sierra Nevada hasta los parques naturales de Cazorla, Segura y Las Villas, pasando por la Sierra de Grazalema, la Sierra de Aracena, Cabo de Gata o las marismas de Doñana, el patrimonio natural andaluz constituye un auténtico laboratorio de bienestar al aire libre. Cada sendero invita a caminar sin prisa. Cada amanecer nos recuerda que todavía existen lugares donde el silencio sigue teniendo valor. Los balnearios andaluces, mucho más que agua Hablar de turismo de bienestar en Andalucía es hablar de algunos de los balnearios más emblemáticos de España. El Balneario de Lanjarón, en plena Alpujarra granadina, es conocido internacionalmente por la calidad de sus aguas y por el entorno privilegiado que ofrece Sierra Nevada. El Balneario de Granea, uno de los más antiguos de Andalucía, mantiene viva una tradición termal que se remonta a la época

romana y continúa atrayendo visitantes que buscan mejorar su calidad de vida. Muy cerca, el Balneario de Alhama de Granada combina historia, patrimonio y aguas mineromedicinales en un enclave de extraordinaria belleza. A ellos se suman otros establecimientos repartidos por Málaga, Jaén, Córdoba o Cádiz, que han sabido evolucionar incorporando programas de relajación, alimentación saludable, actividad física, terapias complementarias y experiencias personalizadas. Ya no hablamos únicamente de hidroterapia. Hablamos de bienestar integral. Alimentación consciente: el sabor también cuida.

El bienestar emocional no termina cuando abandonamos el circuito termal. La alimentación constituye uno de sus pilares fundamentales. Andalucía posee uno de los mayores tesoros gastronómicos del mundo: la dieta mediterránea, reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. En ese modelo alimentario, el aceite de oliva virgen extra ocupa un lugar protagonista. Rico en antioxidantes y grasas saludables, forma parte de un estilo de vida que apuesta por la prevención, la salud cardiovascular y el disfrute consciente de los alimentos. Combinar descanso, ejercicio moderado, yoga, alimentación saludable y contacto con la naturaleza constituye probablemente una de las mejores recetas para mejorar nuestra calidad de vida.

Un turismo con futuro.

El turismo de bienestar representa una oportunidad estratégica para Andalucía. Permite diversificar la oferta turística, atraer visitantes durante todo el año, dinamizar el medio rural y generar empleo ligado a la salud, la sostenibilidad y la excelencia en el servicio. Pero, sobre todo, responde a una necesidad cada vez más presente en nuestra sociedad. Las personas ya no buscan únicamente destinos. Buscan experiencias que transformen. Buscan regresar a casa con más energía, más serenidad y una nueva forma de entender el tiempo. Aprender a detenernos.

Quizá el mayor lujo del siglo XXI no sea viajar más lejos. Quizá el verdadero privilegio consista en aprender a parar. En dedicar unas horas a respirar conscientemente. En caminar sin mirar el reloj. En escuchar el silencio. En sentir el agua. En compartir una conversación tranquila. En cuidar la mente con el mismo compromiso con el que cuidamos nuestro cuerpo.

Andalucía posee todos los ingredientes para liderar este cambio. Sus balnearios, sus paisajes, su patrimonio natural y cultural, su gastronomía y su forma de entender la vida convierten a esta tierra en un destino donde el bienestar deja de ser una moda para convertirse en una filosofía. Porque, al final, el viaje más importante no siempre es el que nos lleva a un lugar nuevo. Es el que nos devuelve a nosotros mismos.

"En un mundo que nos enseña a correr, los balnearios nos recuerdan el valor de detenernos, respirar y volver a ser nosotros mismos."





OPINIÓN

GEMMA GARCÍA
BERMÚDEZ

PRESIDENTA ASC.
EMPRESARIAS DE LA
PROVINCIA DE CÁDIZ (AMEP).
PRESIDENTA ASC. CONSULTAS
PRIVADAS DE LA PROVINCIA
DE CÁDIZ

La sanidad privada en Andalucía y en España en general, vive un momento delicado, aunque a menudo se hable de ella como si fuera un bloque uniforme. Bajo esa etiqueta conviven dos mundos que poco tienen que ver entre sí: los grandes grupos hospitalarios y las consultas o clínicas privadas de especialidades. Ambos ofrecen atención sanitaria, sí, pero sus modelos de negocio, sus ingresos y su realidad laboral son tan distintos que resulta imposible meterlos en el mismo saco sin ignorar las grietas que amenazan la supervivencia de las pequeñas clínicas.

Una de las diferencias más determinantes es el acceso a los conciertos con la Seguridad Social. Los hospitales privados, por su tamaño, su tecnología y su capacidad de ingreso, son los que reciben estos acuerdos para aliviar las listas de espera del sistema público. Ese flujo de dinero público les permite sostener estructuras de costes muy elevadas y amortizar inversiones millonarias. En cambio, las consultas de especialidades —centros ambulatorios como consultas de fisioterapia, podología, ginecología o clínicas dentales...— quedan fuera de estos conciertos de manera sistemática. Y esa exclusión marca una frontera económica que no se puede salvar: mientras el hospital combina pacientes privados, aseguradoras y fondos públicos, la clínica depende únicamente de su actividad diaria y de unos baremos que llevan años sin actualizarse o han variado poco.

La situación se complica aún más cuando entran en juego las aseguradoras de salud o de accidentes de tráfico. Hoy el sector funciona prácticamente como un mercado de competencia imperfecta, donde unas pocas compañías fijan precios de reembolso que llevan décadas congelados, ajenos al aumento del coste de la vida y de los suministros médicos. Los hospitales, por su peso en las redes asistenciales, pueden negociar algo mejor. Las consultas, en cambio, se ven obligadas a aceptar tarifas tan bajas que, en muchos casos, una consulta no cubre ni los gastos básicos del local, el personal admi-

Hospitales Privados Vs Consultas Privadas



nistrativo o el seguro de responsabilidad civil. Es difícil hablar de calidad asistencial cuando el acto médico se paga a precios que rozan lo simbólico.

Esta desigualdad económica desemboca en un conflicto laboral evidente: pretender un convenio colectivo único para todo el sector es sencillamente inviable. Un hospital privado funciona 24 horas al día, con guardias, turnos rotatorios y una logística compleja. Una clínica de especialidades, por el contrario, trabaja en horario ambulatorio, de lunes a viernes, sin actividad en festivos y con una estructura de personal mucho más reducida. Este horario de oficina permite al trabajador sincronizar su vida profesional con la social y familiar. Saber con certeza que los sábados y domingos son días de descanso absoluto elimina el estrés crónico asociado a la rotación de turnos y mejora la salud mental del personal.

Más allá de los horarios, el ambiente de trabajo en una consulta privada es radicalmente distinto. Al ser estructuras más pequeñas, se fomenta un ambiente familiar y cercano entre el personal. En un gran hospital, el trabajador es a menudo un número en una plantilla de cientos; en la consulta, el contacto diario y estrecho con los mismos compañeros y doctores genera vínculos de confianza y apoyo mutuo.

Esta cohesión no solo mejora el clima laboral, sino que reduce los conflictos y facilita la resolución de problemas operativos de forma ágil y personalizada.

Finalmente, la relación con el paciente también es más pausada y humana. Al no existir la presión de las urgencias hospitalarias constantes, el profesional puede dedicar un tiempo de calidad a cada tratamiento, lo que aumenta la satisfacción laboral. En definitiva, elegir una clínica o consulta privada es apostar por un modelo donde el bienestar del trabajador es prioritario, permitiendo que la vocación sanitaria conviva en armonía con una vida personal plena.

Trabajar en una consulta privada ofrece una serie de ventajas competitivas frente a los grandes hospitales privados, especialmente cuando se analiza desde la perspectiva de la calidad de vida y la conciliación laboral. Aunque ambos entornos pertenecen al sector privado, la estructura organizativa y el volumen de pacientes de una clínica permiten un

modelo de gestión del tiempo mucho más equilibrado y humano para el profesional sanitario.

Exigir las mismas condiciones laborales y salariales a una consulta privada que a un hospital es condenarlas al cierre. No cuentan con conciertos públicos ni con economías de escala; sobreviven gracias a consultas externas y pruebas menores, castigadas por tarifas obsoletas.

A este panorama ya difícil se suma un problema que crece sin freno: el intrusismo profesional de los centros no sanitarios de estética, belleza y centros de tatuajes. Cada vez proliferan más establecimientos que, sin ser centros sanitarios ni contar con personal médico, realizan tratamientos que deberían estar exclusivamente en manos de profesionales cualificados.

Infiltraciones de toxina botulínica, láseres de uso médico, procedimientos invasivos... todo ello en una zona legal difusa que, en ocasiones, roza directamente la ilegalidad. Además del riesgo para la salud pública, supone una competencia desleal para las clínicas que sí cumplen con la normativa, pagan tasas, gestionan residuos biológicos y mantienen protocolos estrictos de esterilización. Mientras a los centros médicos se les exige todo, a estos centros no sanitarios, de belleza o de tatuajes se les debería exigir que no realicen actos médicos sin la formación ni la seguridad necesaria.

En definitiva, la sanidad privada en España no es un bloque homogéneo. Existe una brecha profunda entre los hospitales, reforzados por fondos públicos y mayor capacidad de negociación, y las clínicas de especialidades, que luchan por sobrevivir en un entorno económico hostil y con competencia desleal.

Es urgente que la normativa y los convenios colectivos reflejen esta realidad y esta diferenciación. La sostenibilidad de estas clínicas pasa por actualizar los precios de las aseguradoras, frenar el intrusismo y diseñar un marco laboral que no obligue a quienes no reciben apoyo público a asumir los mismos costes que quienes sí lo tienen. Si no se actúa, desaparecerá el especialista independiente, y con él una parte esencial de la calidad asistencial, y de la diversidad del sistema sanitario, así como una importante cantidad de puestos de trabajo.



ENTREVISTA

QUIRÓNSALUD MARBELLA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Hospital Quirónsalud Marbella ha reforzado su apuesta por la medicina preventiva con un nuevo servicio de chequeos personalizados que permite realizar un estudio integral en una sola jornada, ¿cree que este modelo marcará el futuro de la asistencia sanitaria?

La medicina preventiva evoluciona hacia modelos cada vez más personalizados. En este sentido, frente al chequeo médico convencional, con empleo rutinario y generalizado de pruebas complementarias, la “medicina moderna” aboga por una valoración integral de la salud, basada en la evidencia científica actualizada y adaptada a una serie de factores y características propias de cada persona, así como sus propias preocupaciones y expectativas, integrando el modelo de medicina basada en valor.

El hospital Quirónsalud Marbella pone en marcha el servicio de chequeo personalizado, canalizado a través del servicio de Medicina Interna del centro, mediante el cual se pretende la detección precoz de patologías, tras la valoración individualizada del usuario. Destacamos dentro de estas posibles patologías las de origen cardiovascular, metabólico, oncológicas y/o infecciosas predominantemente.

Este programa permite completar todas las pruebas diagnósticas necesarias en una única jornada, gracias a la coordinación entre especialidades y la disponibilidad de la tecnología más avanzada existente en el centro hospitalario.

En resumen, y en mi opinión, claramente va a ser el modelo que reemplace al modelo tradicional del ejercicio de la atención sanitaria.

Recientemente han puesto en marcha una nueva Unidad de Atención Domiciliaria para llevar procedimientos diagnósticos, cuidados clínicos y determinadas intervenciones al hogar del paciente. ¿Qué supone este cambio en la forma de entender la asistencia sanitaria y qué beneficios aporta tanto a pacientes con movilidad reducida como a personas con enfermedades crónicas o procesos de recuperación complejos?

La Unidad de Atención Domiciliaria trata de descentralizar la prestación de determinados servicios sanitarios, es decir, el poder realizarlos fuera del propio marco hospitalario, y llevarlos al propio domicilio del paciente.

Con ello, se mejora su continuidad asistencial, se reducen los desplazamientos innecesarios y mejoramos la propia percepción del paciente en relación con los cuidados recibidos, al encontrarse dentro de un entorno más amigable. Además, la evidencia científica ofrece mejoras en los resultados en salud obtenidos con este modelo asistencial, al agilizar tiempos de respuesta, y facilitar la coordinación inter-niveles con el propio hospital.

El Hospital Quirónsalud Marbella mantiene una destacada actividad investigadora con estudios internacionales en neumología, otorrinolaringología y proyectos de Big Data sobre patologías como la apnea del sueño. ¿Cómo están contribuyendo la investigación clínica, la inteligencia artificial y el análisis de datos a desarrollar una medicina más predictiva, personalizada y eficiente dentro del hospital?

El hospital Quirónsalud Marbella dispone de una Unidad del Sueño con reconocimiento dentro del ámbito científico internacional. Permite un abordaje multidisciplinar de aquellos pacientes con sospecha de diversas patologías del sueño, interviniendo de forma coordinada los servicios y departamentos de Otorrinolaringología, Neumología, Logopedia y Odontología.

La actividad asistencial desarrollada en esta Unidad durante los últimos años ha permitido el desarrollo de una actividad científica e investigadora destacable, plasmandose en la elaboración de múltiples artículos científicos en revistas de alto impacto, presentaciones en reuniones a nivel internacional y publicaciones de libros. Además de la herramienta Airway Gym®, la cual ha sido galardonada en la categoría de Mejor App en Medicina en los Premios SaluDigital.

El centro ha impulsado las denominadas Aulas de Salud, un espacio abierto para acercar el conocimiento médico a la ciudadanía con temas tan diversos como la osteoporosis o las soluciones oftalmológicas para prescindir de las gafas. ¿Considera que la divulgación sanitaria debe convertirse en una herramienta estratégica para fomentar la prevención y empoderar al paciente en el cuidado de su salud?

Sin duda alguna. El programa Aulas de Salud nace con el propósito de acercar el conocimiento médico a la ciudadanía, de una forma clara, accesible, comprensible, evitando los tecnicismos propios de la profesión sanitaria y participativa.

Se centra en aquellas patologías prevalentes en nuestro entorno geográfico, y, que, además, puedan prevenirse mediante la identificación de signos o síntomas de alarma.

A fecha actual se ha desarrollado la primera de ellas, que versa sobre la osteoporosis y su prevención. Hay que destacar que es una obligación de todas las instituciones sanitarias, el hacer efectiva la divulgación hacia la ciudadanía de aquellas medidas que potencien la promoción de la salud y la prevención de la enfermedad.

Más allá de la asistencia clínica, el Hospital Quirónsalud Marbella ha reforzado su compromiso social con iniciativas como el gimnasio adaptado para pacientes oncológicos junto a la Asociación Española Contra el Cáncer y su colaboración en eventos solidarios. ¿Qué importancia tiene para el hospital integrar proyectos de humanización y apoyo emocional dentro del proceso asistencial?

La participación activa, el apoyo y colaboración hacia las iniciativas que contribuyen a avanzar en la lucha contra el cáncer desde los diferentes ámbitos es una línea prioritaria por parte del Hospital Quirónsalud Marbella.

Quirónsalud Marbella: “Destacamos la promoción y prevención de la salud como una obligación de las instituciones sanitarias”



Además, una nutrición personalizada y adaptada a las necesidades, se relaciona con mejores resultados en salud. Estos aspectos positivos se potencian cuando, además, estos platos son apetecibles, atractivos y deseables por el propio paciente.

Este proyecto se ha consolidado recientemente con la celebración en el propio hospital de una jornada gastronómica protagonizada por el chef Iván Cerdeño, distinguido con dos Estrellas Michelin y tres Soles Repsol.

Con iniciativas como la atención domiciliaria, la medicina preventiva personalizada, la investigación clínica, la innovación tecnológica y el compromiso social, ¿cuáles son los principales objetivos estratégicos que se ha

marcado el Hospital Quirónsalud Marbella para 2026?

Los objetivos estratégicos del hospital Quirónsalud Marbella están incardinados con los de la propia corporación, y se definen en tres pilares básicos.

Por un lado, la salud, entendida como todas aquellas medidas y estrategias dirigidas hacia la promoción de ésta, la prevención de la enfermedad y la atención holística del paciente enfermo, para retornar nuevamente al estado de salud, dentro del continuum de la vida del ser humano salud-enfermedad, desde un enfoque de medicina basada en valor, el enfoque humanístico e individualizado, garantizando la máxima calidad asistencial y seguridad del paciente.

Por otro lado, la experiencia, es decir, la satisfacción por parte del paciente sobre su atención recibida, e igualmente, la satisfacción y compromiso de todos nuestros profesionales, tanto sanitarios como no sanitarios.

Finalmente, la eficiencia, relacionada con el uso sostenible y racional de todos los recursos disponibles, incardinados a la consecución de la excelencia de los dos pilares anteriormente citados, Salud y Experiencia.

El compromiso de profesionales sanitarios, instituciones, empresas y ciudadanía resulta fundamental para seguir mejorando la atención a los pacientes y favorecer el desarrollo de nuevos tratamientos y líneas de investigación.

Nuestro hospital ha colaborado, junto a la Fundación Quirónsalud, con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) en Marbella para la puesta en marcha de un gimnasio en la sede local. En este espacio, dotado con máquinas y un variado material deportivo, los pacientes oncológicos pueden practicar deporte de forma coordinada y asesorada por una fisioterapeuta del colectivo.

La incorporación de propuestas de alta cocina saludable diseñadas por el chef Iván Cerdeño al Programa de Alimentación Saludable refleja una visión innovadora del bienestar del paciente. ¿Hasta qué punto considera que la nutrición personalizada puede convertirse en un elemento clave tanto en la recuperación hospitalaria?

Sin duda alguna, una nutrición sana, equilibrada y sostenible es uno de los elementos primordiales para alcanzar el estado de salud.



ENTREVISTA

**JUAN MANUEL
JIMÉNEZ TUÑÓN**
DIRECTOR DE LAS
CLÍNICAS GINEMED
SEVILLA

Juan Manuel Jiménez Tuñón: “Creemos que la planificación reproductiva debería formar parte de la educación sanitaria”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La reproducción asistida continúa avanzando y cada vez son más las personas que recurren a estos tratamientos para formar una familia. ¿Cómo ha evolucionado la demanda en los últimos años y cuáles son actualmente las principales causas por las que los pacientes acuden a una clínica de fertilidad?

La demanda sigue aumentando cada año y ya no solo hay una demanda de tratamiento, sino que cada vez vienen más chicas y más parejas buscando información. De todas las posibles causas, hay causas de origen masculino, de origen tubárico y otros tipos de causas inmunológicas, aunque, sin duda, el principal motivo de consulta es de origen femenino, más concretamente condicionado por la edad materna en la búsqueda de esa primera gestación, ya que ha aumentado muchísimo la edad materna.

Uno de los grandes cambios sociales ha sido el retraso de la edad en la que muchas mujeres buscan ser madres. ¿Cómo está influyendo esta realidad en la fertilidad y qué importancia tiene la información y la planificación previa?

Apoyándonos en la respuesta anterior, efectivamente la edad reproductiva es probablemente el factor social con mayor impacto clínico que tenemos a día de hoy. Esa edad reproductiva condiciona la reserva ovárica y, no solo en lo que a cantidad se refiere, sino también en algo que es difícil de medir, que es la calidad ovocitaria.

Las chicas y las parejas deben saber que, a partir de los 35 años, de forma estadística y progresiva, la calidad de los ovocitos va disminuyendo de forma progresiva con la edad y la percepción social del tiempo disponible parece que no se acompaña con la realidad biológica. No hay que convertir esto en una alarma, pero sí hay que decirlo para que las chicas puedan tomar una decisión informada conociendo su propia reserva ovárica y puedan planificar de forma responsable el momento idóneo para acudir a un centro.

A mi juicio, la planificación reproductiva debería formar parte de la educación sanitaria, igual que hacemos controles cardiovasculares o controles de ginecología preventiva. Es básico tener una planifi-



cación con herramientas muy sencillas, como una simple analítica o una simple ecografía.

Recientemente ha participado en el Congreso de la Sociedad Española de Fertilidad celebrado en Sevilla, donde se abordaron algunos de los principales avances del sector. ¿En qué líneas de investigación e innovación se está trabajando actualmente para mejorar los resultados de los tratamientos?

El Congreso se ha celebrado aquí, en Sevilla, con bastante éxito. En la parte en la que yo he participado, como responsable de una unidad de alta complejidad, hablamos de entidades como el fallo de implantación o el aborto de repetición. Las líneas de investigación van muy encaminadas a personalizar el diagnóstico y el tratamiento de estas entidades, que llevan tanto

a profesionales como a pacientes a una enorme frustración.

También se ha hablado de otras entidades endometriales y de cómo diferentes disfunciones del endometrio pueden condicionar la correcta implantación o la correcta evolución de una gestación. Además, aunque todavía está en una fase muy experimental, hemos abordado cómo mejorar el laboratorio a través de los cultivos embrionarios para obtener una mejor calidad embrionaria, cómo incorporar la inteligencia artificial en la selección embrionaria o el diagnóstico genético preimplantacional.

También hemos abierto líneas de investigación muy interesantes en la búsqueda de biomarcadores predictivos tempranos que puedan avisarnos con suficiente antelación de si una reserva ovárica puede verse disminuida y en qué plazo de tiempo. Por ahí van las principales líneas de investigación actuales.

La genética y las nuevas herramientas de diagnóstico están adquiriendo cada vez más protagonismo en reproducción asistida. ¿Cómo están ayudando estos avances a personalizar los tratamientos y aumentar las posibilidades de éxito?

Es muy interesante. Como le decía, una de las líneas de investigación más importantes y a la que más esfuerzo se está dedicando es

la genética, especialmente el diagnóstico genético preimplantacional para aneuploidías y alteraciones cromosómicas. El objetivo es mejorar la técnica para que sea menos invasiva para los embriones e intentar hacer una mejor selección de aquellos con mayores posibilidades de implantación. No solo se trata de seleccionar los embriones con mayor capacidad, sino también de descartar aquellos con menos probabilidades de dar lugar a un embarazo o que pueden provocar un aborto, con el impacto emocional que eso también conlleva.

Por otra parte, también estamos avanzando mucho en el cribado genético de enfermedades hereditarias recesivas, algo muy importante para las parejas porque permite disminuir el riesgo de tener un bebé con una enfermedad monogénica conocida. Esos son los dos grandes ámbitos en los que estamos trabajando actualmente a nivel de genética embrionaria.

La preservación de la fertilidad, especialmente mediante la congelación de óvulos, ha aumentado en los últimos años. ¿Cree que existe todavía falta de información sobre esta opción y sobre la importancia de conocer la propia reserva ovárica?

Indudablemente, creo que todavía estamos lejos de que esa información llegue de forma clara y en

el momento oportuno, cuando todavía tenemos opciones para manejar. El problema es que la calidad ovocitaria depende absolutamente de la edad y retrasar el momento de la preservación también empeora el pronóstico futuro.

Como hablábamos antes, con un biomarcador analítico en sangre y una simple ecografía podemos valorar la reserva ovárica de una chica y decidir cuándo es el momento idóneo para realizar esa extracción ovocitaria.

Por otro lado, la preservación es una técnica segura y eficaz que permite preservar la fertilidad con todas las garantías médicas y que no requiere más de un par de semanas. Con tres o cuatro ecografías es más que suficiente para poder preservar esos ovocitos de cara al futuro y, de forma honesta, poder ofrecer un pronóstico positivo.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos que afronta actualmente la reproducción asistida y hacia dónde cree que evolucionará la medicina reproductiva en los próximos años?

Retos tenemos muchos. La medicina reproductiva es relativamente joven, pero tenemos muchas áreas de mejora. Hemos mejorado muchísimo en los últimos años, pero todavía queda mucho por hacer. Una parte, que ya hemos comentado en la pregunta anterior, es que llegue una información real. Evitaríamos muchos problemas si consiguiéramos llegar a las chicas en un periodo de edad en el que preservar sus ovocitos les evitará problemas futuros. Por ahí deberíamos empezar.

Otro reto es la selección embrionaria: tener mejores condiciones de cultivo embrionario, una mejor calidad embrionaria y seguir avanzando en la selección embrionaria y en la genética, con un PGT-A menos invasivo. También debemos dar respuesta a problemas más severos, como el fallo de implantación o el aborto de repetición, buscando estrategias terapéuticas fiables y eficaces.

Otro reto es encontrar biomarcadores predictivos que, con una simple analítica, una ecografía o pruebas de imagen, nos permitan ofrecer un diagnóstico temprano y evitar problemas futuros.

Y, por último, uno de los grandes retos es aplicar la inteligencia artificial, siempre con rigor científico, para mejorar y optimizar los resultados tanto clínicos como de laboratorio.





Diego Pozas: “Queremos que nuestros recursos se traduzcan en nuevos descubrimientos”



Olga Genilloud y Diego Pozas, Directora científica y Gerente de Fundación Medina.

ENTREVISTA

DIEGO POZAS
GERENTE DE LA
FUNDACIÓN MEDINA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
MEDINA es líder en el descubrimiento de fármacos a partir de Productos Naturales de origen microbiano. ¿Cómo nace esta fundación y qué supone un recurso científico tan valioso en términos de investigación?

Fundación MEDINA nace en 2008 como una alianza público-privada entre la Junta de Andalucía, la Universidad de Granada y MSD España, con el objetivo de preservar y potenciar en Granada una capacidad científica excepcional en el descubrimiento de fármacos a partir de productos naturales. Buena parte del equipo procede del antiguo Centro de Investigación Básica de MSD España, una trayectoria que aporta más de cinco décadas de experiencia en este campo y una cultura de trabajo muy ligada a los estándares de la industria farmacéutica.

Ese legado no es solo histórico: se traduce en conocimiento, tecnología y recursos biológicos únicos. Los microorganismos producen una enorme diversidad de moléculas como resultado de millones de años de evolución, y esa diversidad química es una

fuente extraordinaria de nuevos compuestos con actividad biológica. Nuestra misión es precisamente convertir ese potencial en moléculas bioactivas, candidatos a fármacos y productos de alto valor biotecnológico capaces de responder a necesidades médicas e industriales que todavía no están cubiertas.

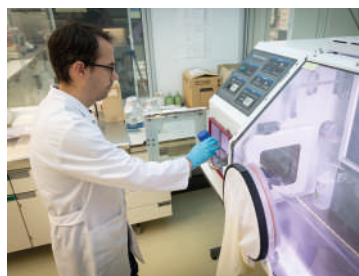
Desde Granada poseéis una de las mayores colecciones de cultivos del mundo, con 190.000 cepas. ¿Cómo se gestiona este recurso para convertirlo en soluciones farmacológicas y reales que aporten al ámbito sanitario?

La colección de MEDINA reúne 190.000 cepas de microorganismos -entre hongos filamentosos, actinomicetos y bacterias- procedentes de una gran diversidad geográfica, ecológica y taxonómica. A ello se suman amplias librerías de productos naturales que permiten explorar de forma sistemática la diversidad química que producen esos microorganismos.

El valor está en combinar esa biodiversidad con una plataforma integrada de descubrimiento. Seleccionamos y cultivamos los microorganismos, obtenemos extractos, los analizamos y los sometemos a ensayos de cribado de alta capacidad para detectar actividad biológica. Después, mediante microbiología, química de productos naturales, espectrometría de masas, resonancia magnética nuclear y otros ensayos, identificamos y priorizamos las moléculas más prometedoras. Así, una cepa conservada en una colección puede convertirse en el punto de partida de un nuevo antibiótico, un candidato a fármaco, una enzima o una solución biotecnológica con aplicación real.

El problema de la resistencia a los antibióticos preocupa cada vez más a los expertos. Desde MEDINA participáis en iniciativas como el proyecto NOVA-VRE para buscar nuevas terapias. ¿En qué punto se encuentra este reto y qué papel juega la investigación de nuevos compuestos?

La resistencia antimicrobiana es uno de los grandes retos de salud pública porque reduce progresivamente las opciones terapéuticas frente a determinadas infecciones. El problema exige actuar en muchos frentes y, entre ellos, es esencial mantener activa la búsqueda de nuevos mecanismos y nuevas moléculas capaces de su-



perar las resistencias existentes.

En este contexto se enmarca NOVA-VRE, un proyecto iniciado en diciembre de 2025 y con duración prevista hasta noviembre de 2028, centrado en desarrollar nuevos enzibióticos frente a *Enterococcus faecium* resistente a vancomicina. El proyecto está liderado por Telum Therapeutics y cuenta, junto a MEDINA, con la participación del Instituto de Química Física Blas Cabrera del CSIC y la Fundación para la Gestión de la Investigación en Salud de Sevilla. MEDINA aporta especialmente su experiencia en investigación analítica avanzada. Proyectos como este muestran por qué la colaboración entre biotecnología, centros de investigación y sistema sanitario es clave para transformar conocimiento científico en alternativas terapéuticas.

Cada vez se habla más de la importancia de apoyar la ciencia, pero la financiación y el talento siguen siendo un reto constante. ¿Qué cree que hace falta en España y en Andalucía para cuidar mejor la investigación y a sus profesionales?

Para que la ciencia pueda generar impacto hacen falta tres elementos sostenidos en el tiempo: financiación competitiva y estable, carreras profesionales capaces de atraer y retener talento, y un entorno que facilite la colaboración y la transferencia. La investigación necesita continuidad; formar equipos, desarrollar tecnologías y llevar un descubrimiento desde una idea inicial hasta una aplicación requiere años de trabajo y capacidad para asumir riesgo científico.

España y Andalucía cuentan con excelentes investigadores, universidades, centros sanitarios y empresas innovadoras. El reto es conectarlos todavía mejor y ofrecer marcos que permitan desarrollar proyectos ambiciosos a largo plazo. En Andalucía, además, existe la oportunidad de consolidar polos científicos y biotecnológicos muy competitivos aprovechando infraestructuras como el Parque Tecnológico de la Salud de Granada. Apostar por el talento significa también ofrecer perspectivas profesionales, favorecer la movilidad entre academia e industria y reconocer que la ciencia es una inversión que genera conocimiento, empleo cualificado, innovación y autonomía tecnológica.

Además del ámbito farmacológico, MEDINA colabora estrechamente con sectores industriales diversos como la biotecnología, la cosmética o la agroalimentación. ¿Cómo se traduce esta ciencia en productos y soluciones de valor para la sociedad?

La misma plataforma científica que utilizamos para descubrir fármacos puede aplicarse a nece-

sidades de otros sectores. Los microorganismos son una fuente de moléculas, enzimas y actividades biológicas con enorme potencial, y MEDINA trabaja con empresas y grupos de investigación en ámbitos como farma, cosmética, agroalimentación y biotecnología.

En la práctica, esto puede significar identificar una nueva cepa o un extracto con una actividad de interés, descubrir un compuesto bioactivo, desarrollar ensayos para validar su efecto, estudiar biomarcadores o caracterizar químicamente nuevas moléculas. MEDINA integra capacidades de microbiología, cribado de alta capacidad, química y análisis avanzado para acompañar ese recorrido. La transferencia se produce cuando ese conocimiento se orienta hacia una necesidad concreta de la industria o de la sociedad y se desarrolla en colaboración con los socios adecuados hasta generar un producto, un proceso o una nueva oportunidad de innovación.

Para finalizar, de cara a los próximos años, ¿cuáles son los principales retos que se marca la Fundación MEDINA para los próximos años y qué mensaje le gustaría trasladar sobre la importancia de apostar por la ciencia y la investigación?

En los próximos años nuestro principal reto es seguir haciendo que un recurso científico singular como nuestras colecciones microbianas y librerías de productos naturales se traduzca en nuevos descubrimientos con impacto. Eso implica avanzar en áreas de gran necesidad, como las enfermedades infecciosas resistentes, y continuar desarrollando investigación en oncología, neurodegeneración, enfermedades parasitarias y microbioma, al mismo tiempo que ampliamos las aplicaciones biotecnológicas en colaboración con la industria.

También será esencial fortalecer las alianzas nacionales e internacionales y seguir incorporando nuevas tecnologías que permitan explorar de manera más eficiente la enorme diversidad biológica y química de nuestros recursos. MEDINA nació de la colaboración y ese modelo sigue siendo fundamental: ningún gran reto científico se resuelve de manera aislada.

El mensaje que trasladaría es sencillo: apostar por la ciencia es apostar por nuestra capacidad de responder a los problemas del futuro. Los resultados de la investigación no siempre son inmediatos, pero detrás de cada nuevo medicamento, diagnóstico o solución biotecnológica hay años de conocimiento acumulado. Mantener esa capacidad científica, formar a nuevas generaciones y dar continuidad a la investigación es una inversión estratégica para la salud, la economía y la sociedad.



ENTREVISTA

MARÍA DEL MAR GARCÍA
PRESIDENTA DEL CONSEJO
ANDALUZ DE ENFERMERÍA

María del Mar García: “Consideramos prioritario avanzar en el impulso y desarrollo efectivo de las especialidades enfermeras”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Consejo Andaluz de Enfermería y el Servicio Andaluz de Salud han firmado recientemente un Protocolo General de Actuación para reforzar la colaboración entre ambas instituciones. ¿Qué supone este acuerdo y qué mejoras puede aportar al sistema sanitario andaluz?

La firma de este protocolo supone un primer paso importante para consolidar una vía estable de diálogo y colaboración entre el Consejo Andaluz de Enfermería y el Servicio Andaluz de Salud. Para el CAE, este acuerdo debe servir para avanzar en cuestiones fundamentales para la profesión enfermera y, por extensión, para la mejora de la sanidad andaluza.

Ahora el reto es que este marco de colaboración se traduzca en actuaciones concretas que permitan afrontar algunos de los principales desafíos del sistema sanitario. Entre las medidas más relevantes, consideramos prioritario avanzar en el impulso y desarrollo efectivo de las especialidades enfermeras, la mejora de ratios enfermera-paciente y una mayor estabilidad laboral, con contratos de mayor duración que permitan consolidar equipos y garantizar la continuidad de los cuidados.

Andalucía cuenta con 5,62 enfermeras por cada 1.000 habitantes, por debajo de la media nacional y europea. ¿Qué impacto tiene esta situación en la atención que reciben los pacientes?

Detrás de estas cifras hay una realidad muy clara: profesionales sometidos a una enorme presión asistencial y ciudadanos que no siempre pueden recibir los cuidados que necesitan en el momento oportuno.

La falta de enfermeras afecta directamente a la calidad, la seguridad y la continuidad de la atención sanitaria. Las enfermeras desempeñan un papel esencial en el seguimiento de pacientes crónicos, la atención domiciliaria, la prevención, la educación para la salud, la vacunación y el acompañamiento a las personas en todas las etapas de la vida.

Por eso insistimos en que reforzar las plantillas de enfermería no es una reivindicación corporativa. Es una inversión imprescindible para garantizar una sanidad pública más segura, cercana y centrada en las personas.

Además del número de profesionales, el Consejo también reclama mejores condiciones laborales y una mayor estabilidad para evitar la fuga de talento. ¿Qué medidas considera prioritarias para retener a las enfermeras formadas en Andalucía?

Andalucía forma enfermeras altamente cualificadas, con una preparación reconocida dentro y fuera de nuestro país. El reto es ofrecerles condiciones que les permitan desarrollar aquí su futuro profesional.

Para retener ese talento, es fundamental avanzar en una mayor estabilidad laboral, contratos de más duración, mejores condiciones profesionales y oportunidades reales de desarrollo dentro del sistema sanitario andaluz. También es necesario reconocer las competencias enfermeras, impulsar las especialidades y facilitar una carrera profesional atractiva, que permita crecer y asumir nuevas responsabilidades.

Retener talento enfermero no es solo una cuestión laboral. Es una cuestión de calidad asistencial, de sostenibilidad del sistema y de aprovechamiento del conocimiento que se forma en Andalucía.

También reivindican el impulso de las especialidades enfermeras y de nuevas figuras, como la enfermera de práctica avanzada. ¿Cómo contribuirían estos perfiles a mejorar la asistencia sanitaria?

Las especialidades enfermeras, la enfermera de práctica avanzada y los diplomas de acreditación son herramientas fundamentales para responder a las nuevas necesidades de salud de la población. Tenemos una sociedad cada vez más envejecida, con más enfermedades crónicas, más dependencia y una demanda creciente de cuidados complejos y continuados.

El desarrollo efectivo de las especialidades permitiría aprovechar mejor la formación avanzada de las enfermeras en ámbitos como la salud mental, la geriatría, la atención familiar y comunitaria, la pediatría, la salud laboral o los cuidados médico-quirúrgicos. No tiene sentido formar enfermeras especialistas si después el sistema no reconoce plenamente esas competencias ni crea puestos específicos donde puedan desarrollarlas.

Junto a ello, figuras como la enfermera de práctica avanzada y los diplomas de acreditación pueden contribuir a reconocer competencias específicas, ordenar mejor los perfiles profesionales y dar respuesta a áreas asistenciales que requieren un mayor nivel de

capacitación, experiencia y responsabilidad.

Todo ello permitiría aumentar la capacidad resolutoria del sistema, mejorar el seguimiento de pacientes crónicos y complejos, favorecer la continuidad asistencial y ofrecer una atención más eficiente, segura y centrada en las necesidades reales de la ciudadanía. Impulsar estos perfiles no es solo una mejora para la profesión enfermera; es una oportunidad para fortalecer el sistema sanitario y ofrecer mejores cuidados a los pacientes.

Las enfermeras desempeñan un papel cada vez más amplio dentro del sistema sanitario, pero desde el Consejo siguen reclamando un mayor reconocimiento profesional. ¿Considera que la profesión ocupa hoy el lugar que realmente le corresponde?

La enfermería ha avanzado mucho en formación, competencias y responsabilidad profesional, pero todavía no ocupa plenamente el lugar que le corresponde dentro del sistema sanitario.

Las enfermeras están capacitadas para asumir más funciones, participar más en la toma de decisiones y acceder a puestos de responsabilidad acordes con su preparación. Son profesionales universitarias, con un papel esencial en la atención directa, la gestión, la investigación, la docencia, la prevención y la planificación de los cuidados.

Reconocer a la enfermería no es solo una cuestión de justicia profesional. Es una necesidad para que el sistema sanitario pueda aprovechar todo su potencial y responder mejor a las demandas de la ciudadanía.

“Creemos que es fundamental avanzar en una mayor estabilidad laboral dentro del sistema sanitario andaluz”

Para finalizar, de cara a los próximos años, ¿cuáles son los principales retos y objetivos que se marca el Consejo Andaluz de Enfermería y qué cambios considera prioritarios para fortalecer la profesión?

Uno de los principales retos del Consejo Andaluz de Enfermería es conseguir que el Protocolo General de Actuación firmado con el Servicio Andaluz de Salud se materialice en medidas concretas y útiles para la profesión y para la ciudadanía.

Entre nuestras prioridades están la mejora de las ratios enfermera-paciente, una planificación adecuada de los recursos humanos, el desarrollo efectivo de las especialidades enfermeras, la estabilidad laboral, el impulso de la investigación en cuidados y una mayor participación de la profesión en las decisiones relacionadas con la organización asistencial.

La enfermería debe estar presente en los espacios donde se decide el futuro de la sanidad, porque sin enfermeras suficientes, reconocidas y con capacidad de desarrollo profesional, no es posible construir una sanidad pública más fuerte, resolutoria y centrada en las personas.



ENTREVISTA

ELADIO ÁLVAREZ
PRESIDENTE DE CANITAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Canitas nació con el objetivo de hacer más accesible la atención veterinaria a las familias. ¿Cómo ha evolucionado este modelo desde su creación y qué necesidades detectaron en el mercado para impulsarlo?

Nace precisamente al observar el artículo de lujo que supone la atención veterinaria en España para cualquier familia, y la premisa fue y es copiar el modelo Seguridad Social Humano y llevarlo tal cual a las Mascotas, es decir, replicar en las Mascotas el mayor logro social de los humanos: sanidad completa y universal, todo Incluido, sin Límites, sin carencias y sin copagos.

Y es esto exactamente lo que ofrecemos a nuestros pacientes desde el minuto uno de pertenecer a Canitas.

Recientemente Canitas ha alcanzado una alianza estratégica con Reale Group para seguir desarrollando una red de servicios veterinarios en España. ¿Qué supone este acuerdo para la compañía y qué nuevas oportunidades abre para el futuro?

Para Canitas estar acompañado con un número uno de la salud animal es genial, para Reale Group el tener la red de clínicas más singular y extensa de España a disposición de sus asegurados, es igual de genial, es una simbiosis recíproca: “los mejores buscan a los mejores”

El sector de los animales de compañía continúa creciendo y las familias demandan cada vez más servicios de prevención, diagnóstico y tratamientos especializados. ¿Cómo está cambiando la forma en la que entendemos hoy el cuidado de nuestras mascotas?

Ya ha cambiado y es una realidad el hecho de que una Mascota se considere uno más de la familia a todos los efectos. La salud de nuestra Mascota la entendemos igual que la nuestra y con Canitas, cualquier familia puede ver realizado ese sentimiento y llevarlo a una realidad cotidiana.

Queremos que se acabe esperar a ver si mejora, y si se ve el mínimo síntoma acuda a Canitas, sin cartera y sin tarjeta de crédito, ya que tenemos totalmente gratis cuantas consultas y pruebas diagnósticas necesite. Al igual que si voy a mi médico u hospital, además puede acudir al centro que quiera de toda la red de España.

En Canitas lo tenemos todo incluido, incluso la estética, que no es algo menor para la total integración de la mascota en casa. Tenemos todo lo que médicamente necesite cuando quiera y cuantas veces quiera.

Casi siempre, en todos los ámbitos de la vida, sale más a cuenta prevenir que curar, y con Canitas y su modelo puedes prevenir sin coste alguno, pero llegado el momento también curar sin estos costes.

Uno de los grandes retos de la atención veterinaria es combinar una asistencia de calidad con la accesibilidad económica para las familias. ¿Cómo trabaja Canitas para garantizar este equilibrio?

Eladio Álvarez: “Nuestras clínicas se dotan de los especialistas y la tecnología avanzada más puntera del sector”



Pues muy fácil, como cualquier mutua, se vale del gran volumen de afiliados para poder dar un servicio de todo incluido.

En Canitas ya somos casi 70.000 mascotas en activo, y esto hace que por esta pequeña cuota puedas ser atendido sin Límites, sin carencias y sin copagos por la mayor red de Clínicas Veterinarias de España y con los mejores especialistas del sector, ya que nuestras Clínicas están dotadas, todas, de la tecnología y avances médicos más punteros del sector

La profesionalización del sector veterinario también implica apostar por equipos especializados, tecnología e innovación clínica. ¿Qué papel tienen estos elementos en el modelo de Canitas?

Pues tienen un papel esencial. Te diría que, después de la salud de nuestros pacientes, esta es la mayor ambición de nuestra firma, ya que entendemos que “sin aportar excelencia no conseguirás excelencia”. Es decir, sin apostar por tecnología de vanguardia no podrás alcanzar la excelencia de tus profesionales, ya que esta se traduce en mejores diagnósticos y una atención global de mayor calidad.

También apostamos por la excelencia académica. Canitas es la única empresa veterinaria que mantiene, desde hace ya tres años, una Cátedra de Investigación, la Cátedra Canitas, en este caso junto a la Universidad de Córdoba (UCO), donde ambas entidades colaboran en la investigación de nuevos tratamientos para enfermedades tan complejas como la leishmaniosis. Además, esta cátedra premia los mejores currículums académicos de la Facultad de Veterinaria de Córdoba.

No existe en el sector otro ejemplo de una iniciativa y una apuesta por la excelencia académica veterinaria como esta.

“Entendemos que sin aportar excelencia no conseguirás excelencia”

Para finalizar, ¿cuáles son los principales objetivos de Canitas para los próximos años y cómo imagina la evolución del sector veterinario en España?

Canitas pretende seguir creciendo y estableciéndose en todas las ciudades españolas para poder ofrecer esa “Seguridad Social de las Mascotas” a todos los hogares españoles, con el objetivo de que ni una sola mascota deje de estar totalmente cubierta en lo que a su salud se refiere.

El sector ha apostado tradicionalmente por el modelo de iguala: pagas una cuota y, a cambio, tienes derecho a unos servicios limitados. Nuestra apuesta va mucho más allá: pagas una pequeña cuota y tienes incluidos todos los servicios veterinarios que requiere tu mascota, igual que ocurre con una persona.

Es precisamente esta gran diferencia la que hace que nos sintamos embajadores de lo que otros denominan la Revolución Veterinaria de Canitas: todo incluido por tan solo 22,90 € al mes.



ENTREVISTA

NURIA CARMONA
DIRECTORA DEL CENTRO
DE PSICOLOGÍA Y
ARTETERAPIA CANUCA

Nuria Carmona: “La arteterapia ofrece un lenguaje cuando las palabras no alcanzan”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cómo nació el Centro de Psicología y Arteterapia Canuca y qué te impulsó a crear este proyecto?

Canuca nació hace más de veinte años con una idea muy sencilla: crear un espacio donde las personas pudieran sentirse verdaderamente comprendidas.

Siempre he pensado que detrás de un síntoma hay una historia y que la psicología no debe limitarse a aliviar el malestar, sino ayudar a las personas a comprenderse mejor y descubrir los recursos que ya poseen para vivir con mayor equilibrio.

Con el tiempo, Canuca se convirtió en un referente para niños, adolescentes, familias y adultos, y en el origen de una forma muy personal de entender el acompañamiento psicológico que hoy continúa evolucionando en proyectos como Simbia Clinic.

Canuca combina la psicología con la arteterapia. ¿Qué aporta esta disciplina al bienestar emocional y qué tipo de personas pueden beneficiarse de ella?

La arteterapia ofrece un lenguaje cuando las palabras no alcanzan.

Hay emociones, experiencias o conflictos que cuesta explicar, pero que pueden expresarse a través del dibujo, la pintura, el teatro o la fotografía.

No se trata de saber crear, sino de utilizar el proceso creativo como una vía para comprendernos mejor.

Por eso puede beneficiar a personas de cualquier edad, especialmente en momentos de ansiedad, duelo, cambio o crecimiento personal.

Cada vez se habla más de salud mental. ¿Cómo ha cambiado la forma en que la sociedad entiende la importancia de cuidar el bienestar psicológico?

Creo que ha habido un antes y un después desde la pandemia. La COVID-19 hizo algo que pocas campañas habían conseguido: recordarnos que la vulnerabilidad forma parte de la condición humana.

También ayudó que deportistas, artistas y otras figuras públicas hablaran con naturalidad de acudir al psicólogo.

Eso contribuyó a romper muchos prejuicios y a entender



que pedir ayuda no es una debilidad, sino una forma de cuidar de uno mismo.

Ahora el reto es otro: dejar de entender la salud mental solo como respuesta al sufrimiento y apostar por la prevención y la educación emocional. Igual que aprendemos a cuidar nuestro cuerpo, también

deberíamos aprender a cuidar nuestra mente antes de que el malestar termine enfermándonos.

Además de dirigir Canuca, también desarrollas tu labor como mentora empresarial. ¿Cómo influye la inteligencia emocional en el liderazgo y en la gestión de un negocio?



La inteligencia emocional no es un complemento del liderazgo, es una de sus bases. Toda empresa acaba pareciéndose, en mayor o menor medida, a quien la lidera.

Si un líder actúa desde el miedo, el control o la desconfianza, esa cultura termina impregnando al equipo. Si lidera desde la confianza, la coherencia y la escucha, sucede justo lo contrario.

Acompañando a empresarias he comprobado que el mayor límite de una empresa rara vez es la estrategia, suele ser el propio líder. Por eso estoy convencida de que el verdadero liderazgo comienza con el autoconocimiento. Las empresas crecen cuando quienes las lideran también están dispuestos a crecer.

Desde tu experiencia acompañando tanto a personas como a empresas, ¿cuáles son los bloqueos más habituales que frenan el crecimiento personal y profesional?

Curiosamente suelen ser los mismos: el miedo al cambio, la necesidad de control, la dificultad para tomar decisiones, la búsqueda constante de aprobación o la sensación de no ser suficiente.

Muchas veces necesitamos cambiar aquello que nos rodea: un trabajo que ya no nos representa, un entorno laboral tóxico o una forma de liderar que ha dejado de ser coherente con nuestros valores. Pero el verdadero punto de inflexión llega cuando también revisamos cómo interpretamos esas circunstancias. Ahí nacen decisiones más conscientes y, con ellas, cambios más sólidos y sostenibles.

Muchos emprendedores hablan de estrés, agotamiento o síndrome del impostor. ¿Qué herramientas pueden ayudarles a gestionar estas situaciones sin perder el equilibrio?

Creo que el estrés, el agotamiento o el síndrome del impostor rara vez son el verdadero problema; suelen ser la consecuencia de algo más profundo.

Muchas veces aparecen cuando vivimos intentando demostrar constantemente que somos suficientes o cuando confundimos nuestro valor con nuestros resultados.

Vivimos en una sociedad que nos ha enseñado a alcanzar objetivos, pero no siempre a escucharnos. Sabemos dirigir empresas, pero pocas veces nos enseñan a dirigirnos a nosotros mismos.

Por eso, más que buscar herramientas para soportar el estrés, creo que necesitamos comprender qué lo está generando. Cuando entendemos qué miedo o qué creencia hay detrás, cambian nuestras decisiones y cambia también la manera en la que vivimos nuestro trabajo y nuestra vida.

¿Qué aprendizajes te ha dejado tu trayectoria como psicóloga, arteterapeuta y mentora, y cómo han enrique-

cido tu forma de acompañar a los demás?

Si tuviera que resumir mi mayor aprendizaje, diría que las personas no necesitan que alguien les diga cómo vivir; necesitan un espacio donde sentirse escuchadas y comprenderse mejor.

Con los años he aprendido a mirar más allá del síntoma. Detrás de un conflicto o un bloqueo casi nunca hay una única causa. Nuestra historia, el cuerpo, las emociones, las relaciones y el contexto forman parte de un mismo sistema.

También he aprendido que quien acompaña no está para dar respuestas, sino para hacer las preguntas adecuadas y ayudar a que cada persona descubra sus propios recursos. Después de más de veinte años de profesión sigo convencida de algo: las personas tienen mucha más capacidad de transformación de la que ellas mismas imaginan cuando encuentran el espacio adecuado para comprenderse.

¿Qué proyectos tienes para los próximos meses y qué mensaje te gustaría trasladar a quienes buscan crecer tanto en el ámbito personal como en el profesional?

En los próximos meses haré realidad uno de los proyectos más ilusionantes de mi trayectoria: Simbia Clinic.

Nace de una convicción que he ido construyendo durante más de veinte años de profesión: las personas no somos un conjunto de órganos, sino un todo en el que cuerpo, mente, emociones y estilo de vida están profundamente conectados.

La medicina ha logrado avances extraordinarios, pero hoy sabemos que muchas enfermedades no pueden comprenderse plenamente si se analizan de forma aislada.

El estrés de nuestras vidas, la mala gestión emocional, el poco descanso, la alimentación rápida o nuestras relaciones conflictivas, influyen en cómo enfermamos y en lo que tardamos en recuperarnos.

Simbia Clinic nace para responder a esa realidad ya que será un espacio donde médicos de distintas especialidades, psicólogos y otros profesionales trabajen de forma coordinada para dedicar a cada paciente algo que muchas veces echa de menos: tiempo para ser escuchado, una mirada integral y un tratamiento diseñado desde el origen de su problema, no solo desde sus síntomas.

Estoy convencida de que uno de los grandes retos de la sanidad en los próximos años será comprender mejor el impacto que el estrés crónico, el ritmo de vida y la escasa educación emocional tienen sobre nuestra salud. Sabemos mucho sobre cómo tratar la enfermedad, pero todavía tenemos un amplio margen para ayudar a las personas a prevenirla y a entender cómo viven influye en cómo enferman y en cómo se recuperan.



Jesús Corral Jaime: “Apostamos por impulsar una investigación clínica más coordinada, visible y competitiva, situando a Andalucía como referente”

ENTREVISTA

JESÚS CORRAL JAIME
PRESIDENTE DE SAOM
(SOCIEDAD ANDALUZA DE
ONCOLOGÍA MÉDICA)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Sociedad Andaluza de Oncología Médica ha impulsado el proyecto Espacio SPERantia, gracias a varios hospitales de Andalucía, los cuales están transformando sus salas de espera de Oncología en espacios más humanos. ¿Hasta qué punto influye el entorno físico en el bienestar emocional del paciente y cree que la humanización asistencial debe convertirse en un indicador más de calidad sanitaria?

La excelencia en Oncología no se mide únicamente por los resultados clínicos, sino también por la experiencia del paciente. Proyectos como Espacio SPERantia, que es una iniciativa de la Sociedad Andaluza de Oncología Médica en colaboración con la Consejería de Sanidad y el Servicio Andaluz de Salud, buscan humanizar las salas de espera de Oncología Médica de los hospitales andaluces. Desde la puesta en marcha de este proyecto, en 2023, trece centros hospitalarios de nuestra comunidad autónoma ya se han beneficiado del mismo.

Diversos estudios muestran que un entorno más cálido y agradable puede contribuir a reducir la ansiedad y el estrés asociados al diagnóstico y tratamiento del cáncer, favoreciendo una mejor adaptación emocional al proceso asistencial. Asimismo, un ambiente confortable puede repercutir positivamente en aspectos como el estado de ánimo, la adherencia terapéutica, la percepción de la calidad asistencial e incluso la calidad del descanso. Este proyecto demuestra que un entorno más humano reduce el impacto emocional del proceso oncológico y favorece una atención más cercana.

Por todo ello, creo firmemente que la humanización debe formar parte de los indicadores de calidad asistencial, ya que refleja un modelo sanitario centrado en la persona.

La oncología vive una etapa marcada por la medicina de precisión, la inmunoterapia y las terapias dirigidas. Desde la SAOM, ¿cuáles considera que serán los avances científicos con mayor impacto en el tratamiento del cáncer durante los próximos años y cómo se está preparando Andalucía para incorporarlos de forma equitativa en todos sus hospitales?



La Oncología Médica está viviendo en la actualidad una auténtica revolución, con la incorporación de nuevas estrategias terapéuticas como las ya mencionadas y a las que debemos sumar los anticuerpos conjugados, los anticuerpos biospecíficos, la terapia celular y la búsqueda de biomarcadores cada vez más precisos.

El reto hoy día es incorporar esta innovación con equidad y con calidad. Para la SAOM esta cuestión es un objetivo prioritario. Entre 2026 y 2027 se desarrollará el proyecto OncoImpulso, con el que vamos a impulsar una investigación clínica más coordinada, visible y competitiva, situando a Andalucía como referente y con el que queremos favorecer un acceso más equitativo a la innovación oncológica.

La Sociedad reúne ya a más de 500 oncólogos médicos andaluces y apuesta por el trabajo en red entre profesionales. ¿Qué importancia tiene compartir conocimiento, investigación y experiencia clínica entre hospitales para reducir desigualdades asistenciales y ofrecer a todos los pacientes las mismas oportunidades terapéuticas, independientemente de dónde vivan?

El trabajo en red es una de las grandes fortalezas de la oncología andaluza. Disponemos de una historia clínica digital común que ofrece una oportunidad única para compartir conocimiento, generar evidencia en vida real e impulsar una investigación colaborativa de mayor calidad. Desde la SAOM queremos potenciar esa red para seguir avanzando en

equidad, excelencia e innovación, garantizando las mismas oportunidades para todos los pacientes. La inteligencia artificial y el análisis de grandes volúmenes de datos están revolucionando el diagnóstico y el tratamiento del cáncer. ¿Qué oportunidades ofrece esta transformación tecnológica para los oncólogos andaluces y cuáles son los principales retos éticos y organizativos que deberán afrontarse en los próximos años?

La inteligencia artificial será una herramienta de gran valor para mejorar el diagnóstico, apoyar la toma de decisiones clínicas y optimizar la investigación. No va a sustituir al criterio del oncólogo, sino que lo va a complementar y su desarrollo siempre debe ir acompañado de garantías en materia de protección de datos, transparencia, validación científica y formación de los profesionales para asegurar un uso responsable.

Uno de los pilares de la SAOM es la formación continuada y el impulso a la investigación clínica. En un contexto de constante aparición de nuevas terapias y biomarcadores, ¿cómo se garantiza que los especialistas dispongan de una actualización permanente que permita trasladar rápidamente los avances científicos a la práctica clínica?

La rápida evolución de la oncología hace imprescindible que los profesionales que nos dedicamos a ello tengamos una actualización permanente. Es por ello por lo que la formación continuada y la investigación clínica están entre las prioridades de la SAOM mediante un programa de formación (con casi una treintena de sesiones al año), reuniones científicas y grupos de trabajo (en la actualidad unos 15, cada uno específico de un grupo de tumores concretos) que permiten trasladar con agilidad la evidencia científica a la práctica asistencial, siempre con el objetivo de mejorar.

Cada vez existe mayor conciencia sobre la importancia de la prevención y la detección precoz del cáncer, ¿qué acciones consideran prioritarias para mejorar la sensibilización de la población y aumentar la participación en los programas de cribado, especialmente en aquellos tumores donde el diagnóstico temprano resulta determinante?

La prevención y detección precoz siguen siendo las herramientas más eficaces para reducir la mortalidad por cáncer. Es fundamental reforzar la educación sanitaria, promover hábitos de vida saludables y aumentar la participación en los programas de cribado. Desde SAOM trabajamos de manera activa con atención primaria y con colectivos de pacientes para favorecer una mayor concienciación social que permita evitar el desarrollo de un cáncer o, en su caso, diagnosticarlo cuanto antes.

Mirando al horizonte de 2026, ¿cuáles son los principales objetivos estratégicos que se ha marcado la Sociedad Andaluza de Oncología Médica?

Nuestro objetivo es consolidar a la Sociedad Andaluza de Oncología Médica como la sociedad científica de referencia de la oncología médica en Andalucía. Queremos seguir impulsando la excelencia científica, la formación, la investigación y el trabajo colaborativo, promoviendo la innovación y la equidad asistencial. Todo ello con un propósito claro: que cualquier paciente de Andalucía tenga acceso a una atención oncológica de máxima calidad, independientemente de dónde viva y favoreciendo al máximo la humanización en todo el proceso asistencial.



ENTREVISTA

SANTIAGO SÁNCHEZ
APELLÁNIZPRESIDENTE DEL CONSEJO
ANDALUZ DE COLEGIOS OFICIALES
DE VETERINARIOS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Hace apenas unas semanas ha sido elegido presidente del Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Veterinarios. ¿Con qué objetivos afronta esta nueva etapa y cuáles serán sus primeras prioridades al frente de la institución?

Bueno, pues lo cojo con muchísima ilusión. Llevo en la institución bastante tiempo: he sido secretario del Colegio de Sevilla durante 24 años, presidente del Colegio de Sevilla hace ya tres años y medio, y vicepresidente del Consejo Andaluz hasta que mis compañeros me eligieron en mayo como presidente.

Tenemos muchísimos retos por delante. Quiero darle las gracias, sobre todo, a Fidel Astudillo, que ha sido presidente del Consejo hasta la fecha y ha hecho una labor hercúlea. Intentaré mantener lo que él y quienes le precedieron han construido y mejorarlo en la medida de lo posible.

Tenemos muchos retos por delante: el tema de los medicamentos, las cualificaciones sanitarias, los problemas de las universidades, las enfermedades emergentes y la aplicación práctica del enfoque One Health en salud pública, seguridad alimentaria y sanidad animal.

Uno de los asuntos que más preocupa al sector es la aplicación de la normativa sobre medicamentos veterinarios. ¿Qué cambios considera necesarios para garantizar una atención adecuada a los animales sin perder el control sobre el uso de los antibióticos?

Los dos últimos años hemos tenido un periodo bastante convulso en materia de medicamentos veterinarios porque la aplicación del RD 666 en desarrollo del reglamento comunitario se aplicó bastante bien en animales de producción, pero no se tuvo en cuenta la diferencia tan enorme que hay entre la aplicación en animales de producción y animales de compañía. En animales de producción funciona como un reloj y los compañeros están bastante contentos.

En animales de compañía el problema es distinto porque son muchísimos clientes con muy distinta categorización y además el 666 nos ha coartado un poco la posibilidad de que apliquemos nuestro criterio profesional. Estamos trabajando mucho en ello y hemos conseguido bastantes modificaciones que creo que son interesantes.

No estamos por la derogación del 666 porque implicaría la aplicación automática del reglamento, que es bastante más restrictivo. Junto con el Consejo General de Colegios Veterinarios queremos modificarlo para que sea más fácil trabajar, que no nos sintamos perseguidos por la administración y que podamos utilizar los criterios técnicos que conocemos para la aplicación de medicamentos.

Tenemos muchos problemas con la parte farmacéutica porque no tenemos los medicamentos en las presentaciones que nece-

Santiago Sánchez Apellániz: “Luchamos por demostrar la imagen real del veterinario”



sitamos. No podemos comprar un kilo de antibióticos para hacer un tratamiento de un ojo. Las presentaciones son imposibles.

Las fichas técnicas están también muy obsoletas porque hemos avanzado muchísimo en clínicas veterinarias. Tenemos campos en los que mejorar y la administración, que al principio estaba un poco reticente, creo que ahora está a favor de que se hagan los cambios que estamos pidiendo.

La profesión también viene alertando de la falta de veterinarios en algunos ámbitos, especialmente en el medio rural. ¿Qué impacto tiene esta situación y qué medidas cree que deberían impulsarse para revertirla?

La situación del veterinario rural es mala no solo en Andalucía, sino en toda España.

La sociedad ha cambiado mucho, se ha hecho urbanita y en el entorno rural cada vez hay menos personas viviendo. A la vez, también hay menos explotaciones ganaderas. Han bajado muchísimo porque los requisitos son tantos y el beneficio es tan pequeño que al final se rinden.

Me preocupa especialmente, por ejemplo, el sector lechero. En el sector de vacuno de leche hay que hacer una inversión muy notable para poder tener una explotación productiva. Las personas mayores que se están jubilando no están teniendo el recambio correspondiente. Al no haber relevo ganadero no hay veterinario de explotación o no les es rentable vivir como veterinario de explotación. Y el veterinario en el ambiente

rural es una persona esencial, igual que el médico o el farmacéutico.

Muchas veces se asocia al veterinario únicamente con los animales de compañía, cuando su trabajo también es esencial en ámbitos como la producción ganadera, la seguridad alimentaria o la vigilancia sanitaria. ¿Cree que la sociedad conoce realmente el alcance de la profesión?

Esa es una de mis luchas particulares. Llevo muchísimo tiempo trabajando e intentando dar a la opinión pública la imagen real del veterinario. No es solamente el clínico que te cura el gatito o el perrito. Todo lo que se come pasa por manos del veterinario.

La seguridad alimentaria es absolutamente esencial. La salud pública, el control del One Health, por ejemplo, y las enfermedades que están saliendo ahora, como Crimea-Congo. Los controles de las vacunaciones de rabia. La rabia es

una enfermedad mortal, nos hemos olvidado ya de ella. En cuestiones de alimentación tenemos casos de triquina todavía. Tenemos veterinarios en todos los mataderos y también en todos los puntos de control de inspección agroalimentaria.

Deberíamos tener muchos veterinarios también en temas medioambientales, en la salud medioambiental. Porque el tratamiento de las enfermedades tiene que ser por la vía de One Health. No podemos olvidarnos de la cantidad de enfermedades emergentes que vienen de animales salvajes.

Y por otro lado, la sanidad animal. No hay mercado que resista sin controles veterinarios para los intercambios entre países. El abanico es muy grande y estamos esforzándonos en que la ciudadanía conozca que hay un veterinario prácticamente en cada cosa que hace. No somos solo clínicos, desde luego.

El bienestar animal es una cuestión que cada vez preocupa más a la ciudadanía. ¿Cómo ha evolucionado la profesión en los últimos años para responder a esta mayor sensibilidad social?

Muchísimo. Se dice de broma que ahora las parejas no tienen hijos, tienen “perrijos”.

Hay más animales de compañía que hijos naciendo y prácticamente en cada casa hay un animal de compañía. La sensibilidad ha cambiado muchísimo. Ahora mismo se están haciendo cementerios de mascotas y se ha modificado la normativa del Código

Penal para que se entienda que son seres sintientes, que no son una cosa.

Eso ha calado muy hondo dentro de la sociedad y nosotros tenemos que estar preparados para ello. El bienestar animal en todos los aspectos. No solo en producción, donde hay muchísimos controles, sino también en animales de compañía, durante el transporte y en el sacrificio. Es uno de los capítulos importantes de nuestra profesión ahora.

Además, en época estival aumenta el número de abandonos de animales de compañía. ¿Qué medidas considera prioritarias para combatir esta situación y seguir fomentando una tenencia responsable?

Sí. Es una lacra, pero también es un reflejo de nuestra sociedad. Lo que hay que hacer es concienciar a la gente de que cuando tiene un animal de compañía no es solamente para acariciarlo o presumir de él. Un animal de compañía es un ser que tiene sus necesidades.

“La sensibilidad social ha calado hondo y tenemos que estar preparados para ello”

Y sobre todo nosotros, a través de la identificación animal, estamos luchando mucho contra el abandono. Es esencial que sigamos. En Andalucía tenemos el RAYA, que es el Registro Andaluz de Identificación Animal.

Tenemos censados muchísimos animales y convenios de colaboración con muchos ayuntamientos para el control de animales de compañía y de colonias, que es otro de los temas que están apareciendo últimamente. Con la identificación podemos tener un registro y con el registro la gente tiene más miedo a abandonar los animales.

Para finalizar, ¿qué retos cree que marcarán el futuro de la profesión veterinaria en Andalucía y qué papel quiere que desempeñe el Consejo durante su mandato?

Bueno, la veterinaria en Andalucía será lo que quieran sus veterinarios. Nosotros, los presidentes de los colegios de veterinarios, estamos para defender la profesión y a nuestros compañeros. La unidad debe ser uno de los principios que rija nuestras actuaciones y, desde luego, desde el Consejo vamos a defender tanto a los usuarios como a la profesión veterinaria, amando a los animales porque somos garantes de la salud pública junto con médicos y farmacéuticos.



Augusto Macías: “Creemos que el futuro de la veterinaria combina excelencia clínica, prevención, colaboración y desarrollo del talento”

ENTREVISTA

AUGUSTO MACÍAS
COUNTRY MANAGER
VETPARTNERS ESPAÑA Y
PORTUGAL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
VetPartners Iberia ha cumplido recientemente cinco años de trayectoria en España y Portugal. ¿Cómo ha evolucionado el proyecto durante este tiempo y cuáles han sido los principales hitos de esta etapa?

Estos cinco años han supuesto una etapa de crecimiento y consolidación muy importante para VetPartners Iberia. Llegamos a España en 2021 y poco después iniciamos nuestra actividad en Portugal con una idea muy clara: construir un grupo veterinario liderado por veterinarios, centrado en las personas y comprometido con la excelencia clínica.

Desde entonces hemos incorporado nuevos centros, fortalecido nuestros equipos y desarrollado una estructura capaz de ofrecer soporte en áreas como operaciones, tecnología, recursos humanos, compras, marketing, apoyo científico y, lo más importante, el desarrollo de las carreras profesionales de los equipos veterinarios. Permitiendo así que los profesionales de nuestros hospitales y clínicas puedan centrarse en lo más importante: el cuidado de los animales y sus familias.

Pero más allá del crecimiento, el gran hito ha sido construir una cultura común basada en la colaboración, el respeto, el desarrollo profesional y el bienestar de las personas. Hoy somos una organización mucho más sólida, con una red de profesionales que comparte conocimiento, experiencia y una misma forma de entender la medicina veterinaria.

El sector veterinario está viviendo una profunda transformación, con clínicas cada vez más especializadas y una mayor demanda de servicios avanzados por parte de las familias. ¿Cuáles cree que son los principales cambios que marcarán el futuro de la profesión?

La veterinaria está evolucionando a gran velocidad. Hoy las familias consideran a sus animales miembros de pleno derecho del hogar y eso se traduce en una demanda creciente de medicina avanzada, especialización, diagnóstico de precisión y tratamientos cada vez más sofisticados.

Creo que veremos tres grandes tendencias. La primera es una mayor especialización de los profesionales y de los centros. La segunda es el crecimiento de la medicina preventiva, que permite anticiparse a muchas patologías



y mejorar la calidad y la esperanza de vida de los animales. Y la tercera es la integración de la tecnología en la práctica clínica diaria, facilitando diagnósticos más rápidos, una mejor gestión de los datos clínicos y una relación más cercana con los tutores de las mascotas.

Todo ello deberá ir acompañado de un compromiso permanente con la formación continua, porque el conocimiento será cada vez más determinante para ofrecer la mejor atención posible.

Recientemente VetPartners ha presentado su Informe Anual del Comité Clínico. ¿Qué importancia tiene la colaboración entre profesionales para mejorar la calidad asistencial?

La colaboración es uno de los elementos más transformadores de la medicina veterinaria actual. Ningún profesional ni ningún centro tiene por sí solo todas las respuestas, pero cuando se comparte experiencia y conocimiento el impacto sobre la calidad asistencial es enorme.

Nuestro Comité Clínico es un gran ejemplo de ello. Reúne a profesionales de nueve países y promueve proyectos de mejora de calidad, investigación clínica y desarrollo de recursos basados en la evidencia científica. Gracias a esta red internacional podemos aprender unos de otros, compartir casos, impulsar estudios y trasladar ese conocimiento a la práctica diaria de nuestros centros.

La medicina veterinaria avanza cuando avanza de forma colectiva. Por eso creemos firmemente que trabajar juntos es la mejor manera de ofrecer mejores resultados a los pacientes y un mayor valor a sus familias.

Uno de los grandes retos del sector es atraer y fidelizar talento veterinario. ¿Cómo trabaja VetPartners para ofrecer oportunidades de desarrollo profesional y cuidar a los equipos que forman parte de la compañía?

Las personas son el corazón de cualquier organización veterinaria. Nuestro compromiso pasa por crear entornos en los que nuestros profesionales puedan desarrollarse, aprender y construir una carrera sostenible a largo plazo.

Invertimos de forma constante en formación, liderazgo, actualización clínica y oportunidades de crecimiento profesional.

También promovemos la colaboración entre centros y entre países para que los equipos puedan intercambiar experiencias y seguir desarrollando sus capacidades.

Igualmente importante es el bienestar. La profesión veterinaria afronta desafíos cada vez más complejos y tenemos la responsabilidad de cuidar también del bienestar de nuestros profesionales. Por eso fomentamos una cultura basada en el apoyo mutuo, la cercanía y el respeto. Me gustaría destacar las acciones formativas que ofrece VetPartners a través de la plataforma Vet Academy y sus programas específicos para jóvenes talentos veterinarios,

tanto estudiantes de últimos cursos (Mini Vet Junior) como recién egresados de la carrera y que contemplan planes de formación completos (teoría y práctica) con un acompañamiento cercano y profesional.

La innovación y la digitalización están cambiando la forma de trabajar en las clínicas veterinarias. ¿Qué papel tendrán las nuevas tecnologías en la atención a los animales y en la relación con sus familias durante los próximos años?

La tecnología ya está transformando la veterinaria y continuará haciéndolo. Hablamos de herramientas diagnósticas más precisas, sistemas de gestión clínica más eficientes, plataformas de comunicación con clientes y nuevas formas de analizar y aprovechar los datos para mejorar la toma de decisiones.

Sin embargo, es importante recordar que la tecnología nunca sustituirá el vínculo humano. Nuestro objetivo es que permita a los profesionales dedicar más tiempo a la atención clínica y a la relación con las familias de los pacientes.

La innovación debe estar siempre al servicio de una mejor experiencia asistencial, de una mayor seguridad clínica y de una medicina basada en la evidencia.

La prevención y la medicina basada en el conocimiento están ganando cada vez más peso en veterinaria. ¿Cómo está cambiando la forma en la que las familias entienden el cuidado de sus animales y qué papel tiene VetPartners en esta evolución?

Cada vez vemos familias más informadas y comprometidas con la salud de sus animales. Existe una mayor conciencia sobre la importancia de las revisiones periódicas, la vacunación, la nutrición, la salud dental o la detección precoz de enfermedades.

La prevención es probablemente una de las herramientas más eficaces que tenemos para mejorar el bienestar animal. Permite actuar antes de que aparezcan problemas graves y ayuda a que los animales disfruten de una vida más larga y saludable.

En VetPartners contribuimos a esta evolución impulsando la formación continua de nuestros equipos, desarrollando recursos clínicos basados en la evidencia y promoviendo protocolos que garanticen una atención homogénea y de máxima calidad.

Para finalizar, de cara a los próximos años, ¿cuáles son los principales objetivos de VetPartners en España y Portugal y cómo imagina el futuro de la medicina veterinaria?

Nuestro objetivo es seguir construyendo una organización que sea referente en excelencia clínica, desarrollo profesional y bienestar de las personas. Queremos continuar creciendo de forma sostenible, incorporar centros que compartan nuestros valores y reforzar nuestra capacidad para ofrecer la mejor atención posible a pacientes y clientes.

También seguiremos apostando por la formación, la investigación, la colaboración internacional y la innovación, áreas que consideramos esenciales para el futuro de la profesión.

Soy optimista respecto al futuro de la medicina veterinaria. Tenemos profesionales extraordinarios, una sociedad cada vez más comprometida con el bienestar animal y una capacidad creciente para ofrecer tratamientos y cuidados de alto nivel. El reto será avanzar sin perder nuestra esencia: la cercanía, la empatía y la vocación de servicio que definen a nuestra profesión.

“Invertimos constantemente en formación, liderazgo, actualización clínica y oportunidades de crecimiento profesional”



Maravillas López: “Estamos rodeados de mitos e idealizaciones que en nada ayudan a criar a nuestros pequeños”



ENTREVISTA

MARAVILLAS LÓPEZ
CEO MAMÁ MARAVILLAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cómo nació MamáMaravillas y qué te llevó a especializarte en el acompañamiento a la maternidad y la crianza?

MamáMaravillas es un proyecto que nació de la percepción de la necesidad de un abordaje más integral, más actualizado y más respetuoso a los procesos maternos y de la infancia.

Mi consulta de terapia de familia me permitió apoyar y acompañar emocionalmente durante algunos años a muchas mujeres en sus experiencias como madres, y poder percibir que muchas áreas muy importantes no estaban apenas cubiertas en nuestra sanidad y que existían carencias realmente significativas en aspectos tan relevantes como la lactancia materna, la crianza respetuosa o el sueño infantil.

Pero realmente fue la llegada de mi primer hijo lo que me hizo darme de bruces con esta realidad y poder comprobar por mí misma lo que tantas veces había escuchado en mi consulta, y sentir esa soledad y esa falta de apoyo no por falta de ganas en los profesionales, sino por la falta de formación y actualización en determinadas especialidades. Eso me llevó a regresar a la universidad y a seguir completando mi formación académica durante todos estos años en áreas ya más específicas como la Lactancia Materna o el Sueño Infantil, entre otras.

Hablas de una "Maternidad Global". ¿Qué significa este concepto y por qué consideras que es tan importante?

Pienso que realmente es muy importante, sí. La maternidad y todos los procesos asociados a ella necesitan de un abordaje más integrativo y la mayoría de las veces, ser atendidos desde diferentes disciplinas. El concepto “global” siempre ha estado presente en mi forma de trabajar y de entender el desarrollo de mi acompañamiento. Es necesario ofrecer una atención a la maternidad, la familia y la infancia, que acoja sus aspectos más importantes y pueda ser entendida en su conjunto, y muchas veces será necesario establecer sinergias con otros profesionales para poder solucionar el problema.

Como terapeuta de familia, ¿cuáles son las inquietudes o

difficultades que más comparten las madres y las familias que acuden a ti?

Se trabajan muchos aspectos como la soledad en el postparto de muchas mujeres, las tensiones de la pareja con la llegada del primer hijo, la falta de apoyo en las decisiones acerca de cómo se quiere alimentar al recién nacido, etc. Pero hay algo que se repite desde que comencé con la consulta, y es la dificultad en la unificación de criterios sanitarios a la hora de abordar un mismo problema.

Muchas veces se dan pautas o consejos de forma inconexa o contraria por parte de los diferentes profesionales y esta incoherencia me consta, genera mucha confusión y una sensación de desasosiego e incertidumbre en muchas parejas y madres recientes.

No debemos olvidar que la mayoría de las veces esto ocurre durante el postparto, a veces en el mismo puerperio, donde el cansancio de la mujer pueden ser extremos, lo que hace que, si no cuenta con el apoyo familiar y social adecuado, pueda decidir abandonar aspectos de su maternidad que hasta ese momento habían sido importantes para ella como puede ser por ejemplo, la lactancia materna.

La maternidad suele idealizarse, pero también conlleva momentos de incertidumbre. ¿Cómo ayudas a las familias a gestionar esa realidad?

Ser madres y padres es maravilloso, pero a veces no es fácil y sobre todo al principio, se puede hacer bastante cuesta arriba. Ciertamente se idealiza la maternidad, y las redes sociales no ayudan a veces en esto. Poco se habla de lo que implica realmente un postparto para una mujer y para una pareja, por ejemplo, y sería fundamental que hubiera más información al respecto para que no cogiera a tantas parejas desprevenidas.

Uno de los principales problemas a mi parecer, es que vivimos en una sociedad donde se cría muy en soledad y la maternidad no está diseñada para eso. Desde el comienzo de la Humanidad, las mujeres han parido acompañadas y se ha criado en compañía y en comunidad. Hoy en día, nos encontramos con muchas mujeres en su postparto o criando prácticamente solas o con el único acompañamiento de la pareja.

Si a esto le unes los juicios y opiniones que muchas veces se vierten a las madres y la sobreinformación a la que estamos expuestos, se genera un cocktail a veces peligroso para lo que no se está preparado.

¿Qué papel desempeñan la pareja y el entorno familiar en el bienestar de una madre durante el embarazo y la crianza?

Debemos tener en cuenta que el embarazo y el postparto por ejemplo son momentos de máxima vulnerabilidad para una mujer, por lo que sentirse acompañada y rodeada de personas que la quieren y que la apoyan desde el respeto y no desde el juicio, hará que todo ese proceso de traer una vida al mundo, y sacarla adelante se haga desde unas condiciones mucho más favorables para su bienestar y el del bebé. Después durante la crianza ese apoyo también será fundamental en la salud emocional de esa mujer y su hijo o hija.

Por otro lado, el papel de la pareja siempre será fundamental en todos los aspectos del embarazo y la crianza. Si una madre se siente acompañada, comprendida y apoyada por su pareja en el postparto inmediato por ejemplo, todos los procesos importantes como es el establecimiento del vínculo, la conexión madre-bebé o la lactancia materna, entre otros, tienen muchas más posibilidades de salir delante y de una forma más favorable para la diada, que necesita prioritariamente que la biología y la Naturaleza hagan su trabajo.

¿Qué mitos sobre la maternidad y la crianza crees que es necesario desmontar en la sociedad actual?

Estamos rodeados de mitos e idealizaciones que en nada ayudan a criar a nuestros pequeños, además de una mercantilización sin precedentes de la maternidad y la infancia y todos sus procesos.

Podría enumerar muchos, pero algunos de los más importantes y que hacen mucho daño son por ejemplo: que las mujeres podemos con todo solas, que la lactancia materna es algo que va a doler siempre al principio, que existen dos categorías de madres en función de si das el pecho o das fórmula, que necesitamos gastar mucho dinero en artilugios para nuestros bebés, que no se deben coger demasiado a los bebés durante el primer año porque pueden hacerse “dependientes”, que no se puede matenar y criar de una forma respetuosa si estamos trabajando a la vez, o que debemos dejar a nuestros niños llorar solos en la noche para que “aprendan a dormir”....

“El concepto “global” siempre ha estado presente en mi forma de trabajar y de entender el desarrollo de mi acompañamiento”

¿Qué proyectos tiene MamáMaravillas para el futuro y qué mensaje te gustaría transmitir a todas las familias que están viviendo la aventura de la maternidad y la crianza?

Estoy muy ilusionada con un nuevo proyecto llamado "Mamá Global" que pronto saldrá a la luz y que va en la línea de lo que hemos hablado anteriormente.

He desarrollado un modelo de atención integral a la maternidad, que nace con una intención muy clara: dejar de trabajar de forma aislada y comenzar a acompañar a las familias desde una mirada realmente integrada.

Un modelo que permita que los profesionales trabajemos dentro de un mismo sistema, compartiendo criterios, en una misma dirección y con una filosofía similar. Y donde cualquier especialidad relacionada con la maternidad, la infancia y la familia no se aborden por separado, sino de forma multidisciplinar, generando un acogimiento real desde la profesionalidad, el cuidado y el mejor de los servicios.



Rubén Porto: “La alopecia no deja de ser una enfermedad, y nosotros impulsamos la innovación en el diagnóstico”



ENTREVISTA

RUBÉN PORTO

COUNTRY MANAGER DE
INSPIRYA HAIR CLINIC
ESPAÑA



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Insparya continúa reforzando su apuesta por la investigación y la innovación en salud capilar. ¿Cómo nacen estas líneas de trabajo y cómo contribuyen a transformar el sector?

La historia es simple. En el año 2019, Cristiano Ronaldo entra como cofundador de Insparya. Nosotros anteriormente nos llamábamos Saúde Viável, una empresa portuguesa, y ese año, con la entrada de Cristiano Ronaldo como cofundador, decidimos hacer una apuesta fuerte por la investigación y la innovación.

Al final, nuestro principal elemento diferenciador es la especialización, pero también la innovación. Por eso contamos con una división propia de desarrollo tecnológico, Insparya Hair Tech, que diseña herramientas para mejorar continuamente el proceso quirúrgico y el proceso de tratamiento. Esto nos permite evolucionar constantemente sin depender únicamente de la tecnología disponible en el mercado, lo que hace que siempre intentemos estar a la vanguardia, no solamente del trasplante capilar, sino también del tratamiento capilar.

La alopecia afecta cada vez a personas más jóvenes y la preocupación por la salud capilar sigue creciendo. ¿Qué cambios están observando en el perfil de los pacientes y cuáles son hoy las principales causas que motivan las consultas?

Es verdad que la mayoría de las personas conoce Insparya por ser la clínica de trasplantes capilares de Cristiano Ronaldo, pero eso es un error. El trasplante es únicamente una parte del tratamiento.

Cada vez no solamente los hombres, sino también las mujeres, cuidan mucho más su cabello y todo eso comienza con un diagnóstico médico exhaustivo para conocer cuál es la causa de la alopecia, ya que existen diferentes causas.

A partir de ahí se diseña un plan personalizado que puede incluir tratamientos médicos, terapias regenerativas y, cuando está indicado, avanzar hacia el trasplante capilar. Pero, sobre todo, realizamos un seguimiento continuo para mantener esos resultados a largo plazo.

Al final, la alopecia no deja de ser una enfermedad, está catalogada por la OMS como una enfermedad, y nosotros estamos impulsando esa innovación en el diagnóstico porque, al final, es la clave de un buen resultado.

Uno de los proyectos más innovadores de Insparya es el desarrollo de tecnologías basadas en inteligencia artificial para el diagnóstico capilar. ¿Cómo están cambiando estos avances la experiencia del paciente y los resultados clínicos?

A día de hoy tenemos infinidad de tecnologías, no solamente en el aspecto médico, sino que en nuestro día a día utilizamos inteligencia artificial. Gracias al instituto que te-

nemos en Oporto, en colaboración con la Universidad de Oporto, contamos con ingenieros y desarrolladores que trabajan diariamente en herramientas para que el trasplante capilar y los tratamientos sean más seguros, más precisos y ofrezcan mejores resultados.

Además de cámaras tricoscópicas, utilizamos un sistema que permite que no solo un doctor valore los resultados, sino que contemos con un comité dirigido por el doctor Carlos Portinha, que analiza todas y cada una de las primeras consultas, tanto para tratamiento como para trasplante capilar.

A partir de ahí, la inteligencia artificial nos permite ofrecer un diagnóstico mucho más certero, basado en los miles y miles de pacientes que llevamos atendiendo durante los 17 años que Insparya lleva en el mercado.

Recientemente el equipo de investigación de Insparya ha presentado nuevos avances en la reunión anual de la International Society of Hair Restoration Surgery (ISHRS). ¿En qué líneas de investigación están trabajando actualmente y qué novedades cree que marcarán el futuro de la medicina capilar?

Ahora mismo estamos en estudios muy avanzados de una medicación para combatir la alopecia. En paralelo, estamos desarrollando nuevos dispositivos que hagan que el trasplante sea mucho más fácil, más automático y que nos permitan

evitar el error humano.

A día de hoy tenemos un dispositivo ya lanzado al mercado, en exclusiva para Insparya, que se llama BotHair UltraPlus. Es un dispositivo médico avanzado, siempre manejado por profesionales, que nos permite realizar la extracción folículo a folículo. Gracias a un mecanismo de succión, evitamos el contacto humano con la unidad folicular, por lo que la extracción es totalmente limpia y la tasa de supervivencia del folículo es superior, ya que evitamos ese posible error humano. Además, contamos con un implantador con capacidad para cargar 25 unidades foliculares, lo que nos permite implantar un mayor número de unidades en un tiempo menor. Es muy importante destacar que la unidad folicular tiene una vida de entre ocho y diez horas y ese es el margen del que disponemos desde que empezamos el trasplante hasta que lo terminamos para conseguir un mejor resultado, implantar un mayor número de unidades foliculares y obtener un resultado mucho más natural.

Además, estamos desarrollando otro dispositivo, un brazo robótico, que nos permitirá en el futuro mejorar todavía más esta técnica. Seguimos realizando una inversión cercana a los dos millones de euros en investigación y desarrollo en nuestro instituto de Portugal.

Cada vez existe una mayor concienciación sobre la importancia del diagnóstico precoz. ¿Considera que to-

davía persisten falsos mitos sobre la pérdida de cabello? ¿Qué mensaje trasladaría a quienes retrasan la consulta con un especialista?

Creo que es verdad que, a día de hoy, cada vez es menos tabú el cuidado capilar, pero también creo que se ha convertido un poco en una moda. Hay muchas clínicas capilares que realmente no están especializadas en salud capilar, sino que abarcan también otros tipos de tratamientos. A nosotros nos gusta especializarnos en algo y creemos que somos los mejores en eso gracias a esa especialización.

Sí creo que hay muchas fake news en internet y muchos consejos sobre salud capilar que pueden hacer que se retrase esa primera evaluación. Yo, personalmente, antes de trabajar en Insparya sufría alopecia y creo que me gasté muchísimo dinero en productos milagro, como los llamo yo. Lo único que hacen es que inviertas en algo que realmente no tiene ningún beneficio y retrasan la primera consulta con un especialista.

Esa consulta es la que realmente puede hacer que mantengamos nuestro cabello nativo durante mucho más tiempo y que estemos mucho más informados a la hora de tener que avanzar con un trasplante capilar o, incluso, intentar prevenir y no tener que llegar a él gracias a unos cuidados previos.

Nosotros intentamos siempre que la gente venga desde la prevención y que sepa que la alopecia es una enfermedad y, como cualquier enfermedad, hay que tratarla, ya sea con tratamientos o con medicación oral.

Para finalizar, de cara a los próximos años, ¿cuáles son los principales retos u objetivos de y cómo imagina la evolución de la salud capilar?

Creo que la ambición de Insparya no es simplemente realizar más trasplantes capilares. Al final, nosotros queremos liderar la evolución de la medicina capilar mediante la investigación, la innovación tecnológica, la excelencia médica y una atención al paciente diferencial.

Aspiramos a seguir siendo la referencia internacional en salud capilar, como lo somos ahora mismo, pero cada vez vemos más pacientes jóvenes que buscan prevenir la pérdida capilar antes de que sea irreversible.

La medicina capilar está evolucionando hacia tratamientos personalizados, diagnósticos más precisos y una combinación de terapias médicas y cirugía cuando es necesario. Por eso, creo que el futuro pasa por prevenir antes que reparar y ahí la investigación tendrá un papel fundamental.

Creo que el camino que llevamos, realizando una inversión anual muy importante en investigación, es la clave para el futuro y para los próximos años.



ENTREVISTA

ANTONIO MORENO
DIRECTOR GENERAL DE
BOTANICA NUTRIENTS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Botánica Nutrients lleva más de 30 años desarrollando productos naturales para la salud y el bienestar. ¿Cómo nace la marca y qué papel desempeña hoy en la forma de cuidar nuestra salud?

Botánica Nutrients es una empresa familiar de la que soy el CEO y la segunda generación con más de 30 años de experiencia. Fundada por mi padre Antonio Moreno Maqueda, somos un Laboratorio Farmacéutico con sede en La Algaba (Sevilla) especializado en el diseño, fabricación, envasado y comercialización de complementos alimenticios y cosmética natural. Con sede en La Algaba (Sevilla), elaboramos productos para nuestras propias marcas, siendo la más importante Botanicapharma, exportamos a una decena de países y también colaboramos con otras empresas a desarrollar sus complementos alimenticios o cosméticos.

Botanicapharma se ocupa de contribuir a mejorar los aspectos más básicos de las personas en cada etapa de la vida influyendo positivamente en la longevidad y esta sea de mayor calidad.

Además con la certeza de hacerlo en el canal adecuado, como lo es la Farmacia donde hoy día todas las Farmacias Españolas tienen acceso rápido a los productos y trabajamos proactivamente con más de 9.000 farmacias.

En los últimos meses habéis reforzado vuestra línea de fotoprotección con el lanzamiento de un nuevo Stick Solar. ¿Ha cambiado la concienciación de la sociedad sobre la fotoprotección? ¿Cuáles son los errores seguimos cometiendo con más frecuencia?

Indudablemente, la concienciación social sobre los riesgos de la radiación solar ha avanzado a pasos agigantados. Hace años, la crema solar se asociaba de

forma casi exclusiva a las vacaciones. Hoy en día la mayoría de las personas esta informada del fotoenvejecimiento prematuro y el daño celular que puede causar la radiación solar.

Entre otros motivos desarrollamos el Stick solar en busca de una solución práctica, portátil y de alta protección que tuviera una reaplicación lo más sencilla y cómoda posible, así puede volver a aplicarse en cualquier momento del día e incluso sobre el maquillaje.

Entre los errores más frecuentes es aplicar la fotoprotección antes de salir de casa por la mañana y no volver a aplicarlo, sobre todo en días nublados. Otro error muy común es no aplicar fotoprotector adecuadamente en zonas vulnerables como las orejas o los labios.

Lo bueno es que la población al estar cada vez más informada es a su vez más consciente de la necesidad de usar fotoprotector como hábito diario los 12 meses del año.

Cada vez existe un mayor interés por los complementos alimenticios para mejorar el descanso, la salud digestiva o el sistema inmunitario. ¿Cómo puede el farmacéutico ayudar al paciente a elegir el producto más adecuado y evitar la desinformación que circula en redes sociales?

El mercado de los complementos alimenticios está en auge, pero esto trae consigo y de la mano de las redes sociales mucha información, alguna más acertada que otra y esto puede inducir a error o confusión sobre el consumidor. Es importante verificar la información con profesionales de la salud y/o validar que es información contrastada.

En estas circunstancias la farmacia tiene un papel fundamental dado que es el profesional mas cercano, accesible y que cuenta con formación técnica para poder recomendar e informar correctamente según la situación particular de cada paciente.

Siendo conocedores de la importancia del consejo detrás del mostrador, Nuestra marca Botanicapharma nació y sigue siendo de venta exclusiva en farmacias, llevamos desde nuestro origen colaborando estrechamente con la farmacia bajo 3 pilares fundamentales: ofrecer productos de excelente calidad; Colaborando, ofreciendo formación rigurosa sobre los complementos alimenticios y facilitando toda la información técnica de forma rigurosa a todos los profesionales.



Antonio Moreno: “Creemos en el futuro de la salud natural y su integración con la medicina tradicional”

Además, habéis desarrollado la línea de BotánicaKids. ¿Qué necesidades detectaron para impulsar esta gama y qué importancia tiene ofrecer soluciones específicas para el bienestar de los más pequeños?

Las necesidades fisiológicas de un niño son completamente diferentes a las de un adulto, tienen un sistema inmunitario en proceso de maduración, una piel mucho más fina y permeable, y una sensibilidad digestiva particular. Por ello, en nuestra línea BotánicaKids seleccionamos ingredientes de máxima pureza, libres de alérgenos innecesarios, azúcares añadidos o ingredientes agresivos, y desarrollamos formatos de fácil administración (como jarabes con sabores agradables o textura suave).

Ofrecer productos específicos para su bienestar, seguros y cómodos de utilizar nos permite acompañar a las familias en todas las épocas del año, la vuelta al colegio o los episodios de falta de apetito, proporcionando la tranquilidad de estar cuidando la salud de los más pequeños de forma segura y respetuosa con su desarrollo natural.

Botánica Nutrients también ha ampliado su actividad con Botanicapets, una línea dedicada al bienestar de las mascotas. ¿Cómo surge esta apuesta y qué tendencias están observando en el cuidado preventivo de los animales de compañía?

Botanicapets es una evolución totalmente natural de nuestro Laboratorio, observándolo desde hace años hasta hoy todos coincidiremos en que las mascotas no son simples animales de compañía si no que forman parte de las familias españolas con un miembro más y teniendo esto en cuenta nos lanzamos hace ya 4 años a desarrollar la línea con todos los conocimientos y especificaciones de calidad que usamos para humanos.

La tendencia actual por suerte es que cada vez mas las mascotas reciben más

cuidados preventivos con suplementación nutricional para cuidar su salud donde su alimentación diaria no llega, la alimentación, igual que para los humanos, es la base del bienestar. Además, las personas cada vez son mas conscientes de los hábitos de higiene que deben mantenerse con la mascota que van más allá de los lavados, como la limpieza de ojos y oídos o la limpieza bucal.

Ahora que estamos en verano, cada vez mas personas aplican productos para las almohadillas como nuestro roll on, que ayuda a hidratar y proteger las mismas de las altas temperaturas que alcanza el suelo en esta época.

En resumen la respuesta del mercado ha sido extraordinaria porque responde a un consumidor cada vez más informado que exige para su mascota el mismo nivel de exigencia y cuidado natural que busca para sí mismo y eso es una buena noticia para la mascota

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos de Botánica Nutrients ara los próximos años y hacia dónde cree que evolucionará el mercado de la salud natural y el autocuidado?

Para Botánica Nutrients, nuestros principales retos estratégicos pasan por tres ejes fundamentales. En primer lugar, la innovación en I+D+i: Seguir invirtiendo en investigación desde dos pilares fundamentales, desarrollar fórmulas con mayor biodisponibilidad y sinergias de activos más eficaces y conseguir formatos cada vez más cómodos para el consumidor.

Después, la consolidación de nuestras líneas especializadas: Potenciar la expansión de Botanicapharma y Botanicapets, posicionándolas como referentes en sus respectivos segmentos.

En tercer lugar, la expansión exterior: seguimos trabajando para posicionarnos en múltiples países y conseguir niveles de introducción en el mercado como el que tenemos hoy en España o en Polonia.

Por último, la digitalización y divulgación rigurosa: Recientemente hemos lanzado una nueva web que cuenta con la tecnología suficiente para conectar a la Farmacia con el consumidor manteniendo a la Farmacia como jugador clave en la recomendación de complementos alimenticios y facilitando la accesibilidad al consumidor, tanto de productos como información. El paciente puede pedir a través de nuestra web cualquier producto que recibirá en su farmacia de confianza en 24h.

Creemos firmemente en el futuro de la salud natural y que esta a su vez se integre cada vez mejor con la medicina tradicional, desde la prevención y la ciencia. Nuestro compromiso para los próximos años es seguir recorriendo este camino con la misma vocación de servicio con la que empezamos hace más de tres décadas.



Antonio Narváez: “PAR5 está pensado para eliminar barreras”

ENTREVISTA

**ANTONIO NARVÁEZ
E ISIDRO CABRERA**
FUNDADORES DE
PAR5 GOLF INDOOR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo nació la idea de crear Par5 Golf Indoor y qué necesidad queríais cubrir?

Antonio Narváez: PAR5 nació de una idea muy sencilla: acercar el golf a más personas y hacerlo compatible con el ritmo de vida actual. Como golfistas, veíamos que muchas veces practicar exige desplazamientos, varias horas disponibles y depender del clima. Queríamos crear en Sevilla un espacio donde se pudiera jugar, entrenar o descubrir este deporte de una forma cómoda, tecnológica y social. Así nació PAR5 Golf Indoor, dentro del Hotel Iberflat Vega del Rey, en Camas: un club indoor que reúne golf, ocio, restauración y comunidad en un mismo lugar.

¿Qué diferencia a Par5 Golf Indoor de un campo de golf tradicional o de otros centros de simulación?

Antonio Narváez: No pretendemos sustituir al campo tradicional, sino complementarlo. En PAR5 se puede jugar durante todo el año, sin depender del tiempo, con sesiones más fáciles de encajar en la agenda y con información precisa sobre cada golpe. Además, nuestra propuesta va más allá del simulador: cuidamos la atención, el ambiente y la experiencia completa. Frente a otros centros, nos diferencia ese concepto de club híbrido, donde conviven la práctica deportiva, la formación, la cafetería, los encuentros entre amigos y los eventos. La tarifa es por simulador y permite jugar hasta cuatro personas, lo que refuerza su carácter social.

¿Qué tipo de público os visita? ¿Está pensado solo para golfistas experimentados o también para quienes quieren iniciarse?

Isidro Cabrera: Nos visita un público muy diverso. Recibimos golfistas experimentados que quieren entrenar con datos, jugar campos internacionales o mantener el ritmo entre salidas; pero también familias, grupos de amigos, empresas, huéspedes del hotel y personas que nunca han cogido un palo. PAR5 está pensado precisamente para eliminar barreras: no hace falta experiencia previa ni disponer de material propio. Para quienes quieren aprender o mejorar, trabajamos con Metas Golf Academy, dirigida por Daniel Herce, que desarrolla la actividad formativa dentro de nuestras instalaciones. La tecnología ayuda, pero el objetivo es que cualquiera se sienta cómodo desde el primer minuto.

¿Cómo ha evolucionado el negocio desde su apertura y cuáles han sido los principales retos que habéis tenido que afrontar?

Antonio Narváez: La evolución desde la apertura está siendo muy positiva. Hemos comprobado que existe interés tanto entre la comunidad golfista como entre quienes buscan una experiencia de ocio diferente. Las jornadas de puertas abiertas, las colaboraciones con colectivos de golf y la respuesta de socios y visitantes nos han ayudado a darnos a conocer. El principal reto ha sido explicar bien un concepto todavía novedoso: que no somos únicamente un lugar para entrenar, sino un espacio para jugar, aprender, reunirse y disfrutar. También hemos tenido que coordinar muchas líneas de actividad desde el inicio y mantener una experiencia homogénea en golf, atención al cliente y restauración.

La tecnología es una parte fundamental de vuestra propuesta. ¿Qué ofrecen los simuladores y cómo consiguen reproducir la experiencia de un campo real?

Isidro Cabrera: Contamos con dos simuladores TrackMan iO, una tecnología diseñada específicamente para golf indoor. El



sistema registra el movimiento del palo y de la bola con gran precisión y ofrece datos como velocidad, trayectoria, distancia, ángulo de lanzamiento o efecto. Esa información permite analizar el golpe de forma objetiva y resulta muy útil tanto para entrenar como para recibir clases. Al mismo tiempo, la simulación reproduce campos reales con un alto nivel de detalle, adaptando el vuelo y el comportamiento de la bola a cada situación. La sensación combina realismo, competición y entretenimiento, pero con la comodidad de jugar en un entorno controlado.

¿Qué papel está jugando el golf indoor en el crecimiento de este deporte y cómo creéis que evolucionará en los próximos años?

Isidro Cabrera: El golf indoor puede desempeñar un papel importante en la expansión del deporte porque reduce varias de sus barreras de entrada. Permite iniciarse de forma más sencilla, requiere menos tiempo, acerca el golf a zonas urbanas y ofrece una experiencia atractiva para públicos más jóvenes y digitales. También facilita que los jugadores habituales entrenen con continuidad y datos de calidad. Creemos que en los próximos años convivirá de forma natural con el golf tradicional: muchas personas conocerán primero el deporte en un simulador y después darán el salto al campo, mientras que los golfistas consolidados utilizarán ambos espacios según sus objetivos y disponibilidad.

“La sensación combina realismo, competición y entretenimiento, pero con la comodidad de jugar en un entorno controlado”

Además de entrenar, ¿qué otras experiencias ofrecéis a vuestros clientes, como eventos, competiciones o actividades para empresas?

Antonio Narváez: PAR5 está concebido como un punto de encuentro, no solo como un centro de entrenamiento. Organizamos jornadas de puertas abiertas, retos de bola más cercana, competiciones, ligas, eventos privados y experiencias para empresas. Los simuladores permiten adaptar la actividad a distintos niveles, de modo que un evento puede combinar competición, aprendizaje y diversión sin que todos los participantes sean golfistas. La experiencia se completa con nuestra zona de cafetería y restauración, gestionada en colaboración con Catering D'Vicio, con Carlos León al frente. También impulsamos acciones con asociaciones, clubes y marcas vinculadas al golf para generar comunidad y ofrecer propuestas diferentes durante todo el año.

¿Cuáles son los próximos objetivos de Par5 Golf Indoor y qué mensaje os gustaría trasladar a quienes aún no conocen este concepto?

Antonio Narváez: Nuestro objetivo inmediato es consolidar PAR5 como el referente del golf indoor en Sevilla, ampliar la comunidad de socios y seguir desarrollando la academia, las ligas, los eventos corporativos y las experiencias de ocio. Queremos que cada vez más personas entiendan que el golf puede ser accesible, cercano y compatible con su día a día. A quienes todavía no conocen este concepto les diríamos que no hace falta ser golfista para venir: pueden acercarse con amigos, probar, tomar algo y descubrir una experiencia distinta. PAR5 es el lugar donde el golf se convierte en experiencia y donde cada visita puede disfrutarse de una manera diferente.





Eugenia Salgado: “Detrás de una mirada cansada puede haber una desconexión con el cuerpo”

ENTREVISTA

EUGENIA SALGADO
FUNDADORA DE ESIBO
Y CREADORA DEL
MÉTODOBO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Cada vez pasamos más horas delante de pantallas, tanto por trabajo como por ocio. Desde su experiencia, ¿cómo está afectando este cambio de hábitos a nuestra salud visual y cómo influye a la pérdida de visión natural?

Las pantallas realmente no son el enemigo, el problema es cómo las utilizamos. Pasamos muchas horas mirando a una distancia fija, dejamos de parpadear, generamos tensión en los ojos y prácticamente no alternamos la mirada entre lo cerca y lo lejos.

Esto puede provocar cansancio ocular, sequedad, visión borrosa, dolor de cabeza, dificultad para concentrarnos e incluso una sensación de agotamiento general. Además, estamos perdiendo hábitos propios de la visión natural, como mirar de lejos, recibir luz natural, mover los ojos, parpadear conscientemente y permitir que la mirada se relaje.

Desde el MétodoBo ayudamos a que las personas recuperen esa relajación más consciente para su visión, incorporando pautas, movimientos, respiración y hábitos visuales sencillos en su vida cotidiana.

La visión suele preocuparnos cuando aparece un problema, pero no tanto desde el punto de vista preventivo. ¿Qué importancia tiene cuidar nuestros ojos antes de que surjan las primeras dificultades?

Terminar el día con los ojos muy cansados, necesitar frotarlos constantemente, sentir pesadez, sensibilidad a la luz o dificultad

para enfocar son señales a las que muchas veces no prestamos atención. Esperamos a que aparezca una limitación para empezar a cuidarlos, cuando la visión merece una atención desde mucho antes.

Cuidar la salud visual no significa vivir con miedo, sino aprender a escuchar el cuerpo. Los ojos forman parte de nuestro sistema nervioso, de nuestras emociones y de nuestra manera de relacionarnos con el entorno, por eso nos dan avisos.

Una revisión profesional es imprescindible cuando existe cualquier alteración. De forma complementaria podemos trabajar la higiene visual, el descanso, la respiración, la nutrición y el uso consciente de las pantallas.

Además de ser especialista en visión natural, usted cuenta con formación sanitaria en nutrición. ¿Qué papel desempeña la alimentación en el cuidado de la salud visual y qué nutrientes considera fundamentales para proteger nuestros ojos?

La alimentación tiene un papel esencial porque los ojos necesitan una buena nutrición. Los ojos necesitan hidratación, circulación y nutrientes como el omega 3, la vitamina A, las vitaminas C y E, el zinc o la luteína, que contribuyen al mantenimiento de diferentes estructuras oculares.

Todo eso lo podemos encontrar en alimentos como verduras de hoja verde, huevos, pescado, frutos secos, semillas, frutas y hortalizas de diferentes colores. Pero realmente no se trata de consumir un alimento milagroso. La salud visual depende del conjunto de nuestros hábitos y del equilibrio general del organismo.

También es importante cuidar la hidratación, la salud intestinal, el descanso y reducir el exceso de productos ultraprocesados. En el MétodoBo entendemos que los ojos no están aislados, sino que forman parte de una persona completa, con una alimentación, unas emociones, un ritmo de vida y unas necesidades concretas.



Usted es diplomada universitaria y docente en coach de visión natural, una disciplina todavía poco conocida. ¿En qué consiste este enfoque y qué puede aportar a las personas que desean mejorar sus hábitos visuales?

Hay que mencionar que hace más de 100 años no existían especialistas en visión y actualmente somos pocos los diplomados en visión natural.

El coaching en visión natural es un enfoque educativo y de acompañamiento que ayuda a las personas a observar cómo utilizan sus ojos e incorporar hábitos visuales más saludables. Esto no sustituye al oftalmólogo ni al optometrista, que son los profesionales que realizan el estudio del ojo. Nosotros hacemos un trabajo complementario que promueve la conciencia corporal, la relajación, el movimiento ocular, la respiración, el descanso y una utilización más equilibrada de la visión.

Muchas personas viven sus dificultades visuales con frustración o resignación y piensan que no se puede hacer nada más. Este enfoque les permite recuperar una parte activa de su bienestar. No promete el mismo resultado para todo el mundo, porque cada persona tiene una historia y unas necesidades diferentes, pero sí ofrece herramientas para mejorar la relación con la mirada y los hábitos diarios. Mi labor como docente profesional es acompañar este proceso con rigor, humanidad y respeto por el trabajo sanitario.

Como creadora del MétodoBo, ¿cómo surge esta metodología y qué la diferencia de otros enfoques relacionados con la salud visual?

Teniendo en cuenta que llevo 40 años profesionales de bagaje personal acompañando diferentes procesos, he llegado al ojo desde las áreas de la salud nutricional, la terapia y diferentes técnicas cognitivas. Me especialicé en todas esas áreas hasta que creé el MétodoBo, el método del bienestar ocular, que surge de integrar mi experiencia profesional en visión natural, nutrición, acompañamiento emocional, relajación y desarrollo personal.

Con el tiempo comprendí que no era suficiente trabajar únicamente con ejercicios para los ojos. Detrás de una mirada cansada puede haber sobrecarga digital, estrés, falta de descanso, hábitos inadecuados, tensión emocional o una desconexión con el propio cuerpo.

Por eso creé el MétodoBo, que contempla a la persona de forma integral. Trabajamos la mirada, pero también la respiración, la nutrición, la gestión del estrés, el descanso y los hábitos cotidianos. Su principal diferencia es que no aplica una fórmula rígida. Escuchamos la historia de cada persona y ofrecemos herramientas prácticas, accesibles, medibles y personalizadas.

Para finalizar, ¿qué mensaje le gustaría trasladar a la ciudadanía sobre la importancia de cuidar la visión desde edades tempranas y qué pequeños hábitos pueden marcar la diferencia en nuestro día a día?

Agradezco esta pregunta tan importante y necesaria, porque no tomamos conciencia de la importancia de los ojos. Me gustaría recordar que nuestros ojos nos acompañan durante toda la vida y que cuidarlos debería comenzar mucho antes de que aparezca una dificultad.

En la infancia es especialmente importante equilibrar el tiempo de las pantallas con actividades al aire libre, movimiento, luz natural y oportunidades para mirar a diferentes distancias. En adultos también podemos incorporar pequeños gestos: levantar la mirada de la pantalla, parpadear con más frecuencia, hacer pausas, respirar, realizar el palmeo para relajar los ojos, mantener distancias adecuadas de lectura, cuidar la iluminación y descansar correctamente.

Mi mensaje es claro: no espere a que nuestros ojos griten para empezar a escucharlos. Cuando existen molestias persistentes es necesario acudir a los profesionales sanitarios correspondientes. Y cuando queremos mejorar nuestros hábitos y cuidar la mirada de forma integral, desde el MétodoGO ofrecemos acompañamiento, formación y herramientas prácticas para hacerlo.

Yo siempre digo que creamos hermosas miradas con terapias innovadoras, porque no podemos esperar a que nuestros ojos griten para empezar a escucharlos. Es muy importante que la sociedad tome conciencia, porque ya hay grandes estudios a nivel mundial que consideran que entre 2030 y 2050 más del 50 % de la población va a ser miope. Esto es una pandemia.

Yo siento que tengo una gran pasión porque con nueve años tuve una enfermedad, perdí la visión y mi mundo era borroso. Hace seis años conseguí quitarme las gafas, veo perfectamente y tengo una mirada relajada y con presencia. Eso es muy importante y deseo comunicárselo a muchas personas para que puedan tener esta oportunidad.



ENTREVISTA

PASTOR VILASECA
PROPIETARIO DE
LABORATORIOS
KAPYDERM

Pastor Vilaseca: “Necesitamos aprender que la belleza siempre debe ir unida a la salud”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Kapyderm lleva más de tres décadas impulsando la dermatología. ¿Cómo ha evolucionado esta especialidad y por qué considera que cada vez adquiere mayor relevancia?

La dermatología es una palabra patentada por Laboratorios Kapyderm en 1995. Surge porque existían estudios de tricología que analizaban el cabello, pero no incluían la piel, cuando realmente el cabello es una prolongación de esta y cualquier tratamiento debe entender la unidad pilosebácea como un todo. El bulbo está introducido en la piel y forma parte del cabello, por lo que no se pueden separar ambos conceptos.

La dermatología es el estudio de la piel y el cabello. Muchas personas la confunden con la dermatología, que tiene un enfoque más médico, mientras que nosotros quisimos crear un concepto que integrara ambos elementos. De hecho, el Ministerio de Educación incorporó la asignatura de Dermatología en los planes de estudio de estética y peluquería, donde se abordan la piel, el cabello, los folículos, las afecciones, las terapias y los productos adecuados para cada caso.

Además, contamos con una fundación dedicada a la enseñanza de esta disciplina, donde impartimos formación especializada, másteres y cursos para profesionales. Incluso integramos la parte psicológica porque muchos problemas de estrés, ansiedad o depresión se reflejan directamente en la piel y el cabello. Somos de las pocas empresas que incorporan ese componente psicológico en la formación porque entendemos que las alteraciones psicosomáticas agravan muchas afecciones.

Cada vez adquiere mayor relevancia porque el profesional ha comprendido que no puede trabajar sobre la piel y el cabello sin conocer la materia prima con la que trabaja. Durante años se han buscado respuestas rápidas con tratamientos químicos que producen un efecto inmediato, pero también un efecto rebote. No se puede alterar un proceso biológico químicamente sin consecuencias. Hoy existe una mayor conciencia y los profesio-



nales entienden que necesitan una base científica para trabajar correctamente.

Cada vez más personas consultan por problemas como la caída del cabello, la dermatitis o la psoriasis. ¿Ha cambiado el perfil de los pacientes en los últimos años? ¿Cuáles son las patologías que más preocupan actualmente?

Existe una mayor preocupación por la salud capilar y cutánea, especialmente entre los jóvenes. Sin embargo, sigue habiendo un gran desconocimiento porque muchas personas utilizan el producto que usa un amigo, un familiar o el que ven anunciado en televisión, sin saber si realmente es el adecuado para su piel o su cabello.

Cada vez nos cuidamos más, pero debemos hacerlo con criterio.

Los hombres presentan con mayor frecuencia problemas de alopecia androgenética; se estima que alrededor del 80 % sufrirá este tipo de caída del cabello. En las mujeres también aparecen problemas capilares durante el climaterio, cuando disminuyen las hormonas femeninas y el cabello comienza a debilitarse, se vuelve más fino y aparecen zonas con menor densidad.

La caída del cabello es una de las principales preocupaciones porque el cabello forma parte de la imagen personal. Después aparecen patologías como el acné, la dermatitis seborreica, la psoriasis, los eccemas o las infecciones producidas por hongos y bacterias.

Muchas de estas afecciones se agravan porque no se presta atención a la salud del cuero cabelludo desde edades tempranas. Cuando

una persona llega a consulta, en muchas ocasiones el problema lleva años evolucionando y resulta mucho más difícil revertirlo.

La desinformación sobre salud capilar en redes sociales ha aumentado considerablemente. ¿Cuáles son los principales mitos que siguen circulando y qué importancia tiene acudir a profesionales especializados?

Existe mucho intrusismo y mucha desinformación. Se anuncian productos que prometen hacer crecer el cabello o penetrar profundamente en la piel cuando eso no es cierto. También hay personas que recomiendan productos simplemente porque reciben una compensación económica por hacerlo.

No existe un producto válido para todo el mundo. Cada persona tiene una piel distinta y un cabello diferente, por lo que necesita un diagnóstico previo para determinar qué tratamiento necesita. Muchas afecciones graves aparecen precisamente por utilizar productos inadecuados durante largos periodos de tiempo.

“Hemos incorporado la epigenética a nuestros estudios siendo la única empresa del sector”

Un champú anticaspa, por ejemplo, puede ser beneficioso cuando realmente existe caspa, pero si el problema es una deshidratación del cuero cabelludo lo único que hará será agravar la situación porque actúa como un exfoliante intenso. Lo mismo ocurre con muchos productos cargados de siliconas que ofrecen un efecto cosmético inmediato, pero terminan obstruyendo el folículo y provocando picor, sensación de grasa o incluso caída del cabello.

El diagnóstico a distancia no existe. No se puede recomendar un tratamiento sin observar previamente la piel, realizar una analítica capilar o estudiar las características del paciente. Muchas veces se intenta solucionar un problema con un producto cuando, en realidad, detrás existe una infección producida por hongos o bacterias que requiere otro tipo de abordaje.

La sociedad necesita aprender que la belleza siempre debe ir unida a la salud. Para tener un cabello sano primero hay que conocer qué necesita cada piel y por qué necesita un producto determinado.

Kapyderm mantiene una fuerte apuesta por la formación continua de los profesionales de la belleza y la salud. ¿Por qué considera fundamental que peluqueros, esteticistas y especialistas actualicen constantemente sus conocimientos?

Un profesional que no conozca la materia prima con la que trabaja está llamado, como mínimo, a no tener éxito. Quien trabaja sobre la piel y el cabello debe entender cómo funcionan, qué patologías existen y qué tratamientos son realmente adecuados.

Por eso formamos a profesores de academias, impartimos programas especializados y trabajamos continuamente con los centros de formación. La dermatología evoluciona al mismo ritmo que la ciencia y los profesionales tienen la responsabilidad de actualizarse constantemente.

Hoy conocemos aspectos que hace unos años eran impensables. Hemos incorporado la epigenética a nuestros estudios y somos la única empresa del sector cosmético que realiza este tipo de análisis. A través del cabello podemos obtener información sobre posibles déficits de vitaminas, minerales, problemas de sueño, inflamación o alimentación. Todo ello permite comprender mucho mejor el estado general de la persona y ofrecer tratamientos mucho más personalizados.

También disponemos de aparatología específica para el diagnóstico mediante microcámaras y diferentes sistemas que permiten detectar alteraciones de la piel, presencia de hongos o bacterias y otras afecciones que no pueden apreciarse a simple vista.

Para finalizar, mirando al futuro, ¿cuáles son los principales retos de Kapyderm y qué avances cree que marcarán los próximos años de la dermatología?

Nuestro objetivo es seguir liderando el sector desde el rigor científico. Todo aquello que contribuya a mejorar la salud de la piel y el cabello lo incorporaremos, ya sean nuevos sistemas de diagnóstico, nuevas formulaciones, aparatología o avances científicos.

La dermatología avanza al mismo ritmo que la ciencia. Hace unos años era impensable hablar de epigenética aplicada al cabello y hoy ya forma parte de nuestro trabajo diario. Mañana surgirán nuevas herramientas y también las incorporaremos si ayudan a ofrecer mejores diagnósticos y tratamientos.

Queremos seguir creciendo como referente en los verdaderos cuidados de la piel y el cabello, siempre desde la investigación, la formación y el conocimiento científico. Ese es el camino más difícil, pero también el más seguro para ofrecer soluciones reales tanto a los profesionales como a los pacientes.



Blanca Fernández: “Actuamos como un filtro fundamental para que el paciente reciba una atención ágil, cercana y eficiente”

ENTREVISTA

BLANCA FERNÁNDEZ

DECANA-PRESIDENTA DEL COOOA
(COLEGIO OFICIAL DE ÓPTICOS-
OPTOMETRISTAS DE ANDALUCÍA)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Colegio ha logrado recientemente que la Junta de Andalucía inicie la tramitación para crear la categoría profesional de óptico-optometrista en el Servicio Andaluz de Salud. ¿Qué supone este avance y cómo puede contribuir a mejorar la atención visual y reducir las listas de espera?

Supone la consecución de un hito histórico y la respuesta a una reivindicación que desde nuestro colegio profesional sanitario llevamos muchos años defendiendo. En la práctica, significa integrar plenamente nuestra figura en la sanidad pública andaluza, reconociendo el papel del óptico-optometrista como profesional sanitario tanto en Atención Primaria como Hospitalaria.

El impacto en las listas de espera va a ser directo y muy positivo, y el sistema sanitario público andaluz tendrá un ahorro de costes. En este sentido, una vez creada la categoría, el óptico-optometrista asumirá labores relacionadas con el cribado preventivo, la graduación y el manejo de disfunciones visuales que no revistan gravedad clínica. De este modo, actuaremos como un filtro fundamental: resolveremos gran parte de las consultas visuales cotidianas y derivaremos al oftalmólogo aquellos casos que presenten patologías. Esto permitirá que este médico especialista libere su agenda para centrarse en diagnósticos complejos, tratamientos farmacológicos y cirugías y, de esta manera, lograr que el paciente reciba una atención visual mucho más ágil, cercana y eficiente.

Otro de los logros recientes ha sido la incorporación de los ópticos-optometristas a las bolsas de empleo docente de Enseñanza Secundaria y Formación Profesional en Andalucía. ¿Qué oportunidades abre este reconocimiento para la profesión y para la formación de futuros profesionales?

Es un paso fundamental para la visibilidad integral de nuestra profesión. Que formemos parte de las bolsas de empleo docente demuestra que somos profesionales sanitarios con una sólida base científica, técnica y universitaria, perfectamente capacitados para la docencia.



Para los colegiados, supone abrir una nueva y atractiva salida laboral en el ámbito de la enseñanza pública. Para el sistema educativo andaluz, significa incorporar perfiles altamente cualificados para impartir materias relacionadas con la rama sanitaria, la física o la anatomía. Enriquecer la formación de las futuras generaciones con docentes que aportan una experiencia clínica real es, sin duda, un valor añadido para la educación pública.

Además, el Colegio ha impulsado un proyecto pionero internacional sobre baja visión y optometría sénior. ¿Qué importancia tiene esta iniciativa y qué necesidades pretende cubrir?

Vivimos en una sociedad con una esperanza de vida cada vez mayor, lo que inexorablemente trae consigo un aumento de patologías oculares asociadas a la edad, como es el caso del glaucoma, las cataratas, la retinopatía diabética o la Degeneración Macular Asociada a la Edad (DMAE). Estas afecciones suelen derivar en baja visión, una condición que no se soluciona con gafas convencionales ni con cirugía, y que afecta drásticamente a la autonomía del paciente.

El fin de estos dos proyectos (farobajavisión.org y optometriasenior.org) que hemos impulsado desde el COOOA es posicionar

a Andalucía como un referente en el cuidado visual de los mayores. Pretendemos formar a los colegiados y establecer protocolos estandarizados para que el óptico-optometrista sea la pieza clave en la rehabilitación visual geriátrica. Nuestro objetivo es que estas personas mantengan su independencia y su calidad de vida el mayor tiempo posible.

Durante el verano aumenta la exposición a factores como la radiación solar, el cloro de las piscinas o el agua del mar. ¿Cuáles son los problemas visuales que más preocupan en esta época del año y cómo podemos prevenirlos?

En verano solemos bajar la guardia, pero nuestros ojos se enfrentan a un entorno mucho más hostil. Por un lado, la radiación UV puede causar desde fotoqueratitis (quemaduras en la córnea) hasta acelerar la aparición de cataratas a largo plazo. Por otro lado, el cloro, la sal y los microorganismos del agua pueden provocar irritaciones, sequedad y conjuntivitis si no se realiza una adecuada higiene, sobre todo en el caso de las lentes de contacto.

La prevención pasa por seguir varias reglas con el objetivo de conseguir una adecuada salud visual y ocular. Una de ellas es usar siempre gafas de protección solar homologadas con filtro UV 100%, adquiridas exclusivamente en establecimientos sanitarios de óptica y optometría. Evitar mercadillos o bazares para ello también es crucial, ya que una lente oscura sin el filtro adecuado dilata la pupila y deja entrar aún más radiación dañina.

En los últimos años los especialistas vienen alertando del aumento de la miopía, especialmente entre niños y adolescentes. ¿Por qué se está incrementando en la etapa infantil y qué papel puede desempeñar la prevención para frenarla?

Nos enfrentamos a lo que la OMS ya considera la gran "pandemia silenciosa" del siglo XXI. En los niños, la miopía está creciendo de forma alarmante por dos factores clave y directamente relacionados con el estilo de vida actual: el sedentarismo y el exceso de trabajo en visión próxima (pantallas y lectura continuada a corta distancia).

La prevención es fundamental. Fomentar diariamente las actividades al aire libre es

vital, porque la luz solar estimula la liberación de dopamina en la retina, un neurotransmisor que ayuda a frenar el alargamiento del globo ocular (causa de la miopía). Además, es fundamental acudir a revisiones periódicas con el óptico-optometrista. Hoy disponemos de tratamientos eficaces que ralentizan la progresión de la miopía y ayudan a prevenir patologías graves en la edad adulta.

Cada vez pasamos más horas delante de pantallas, tanto por trabajo como por ocio. ¿Está observando un incremento de los problemas relacionados con la fatiga visual y qué hábitos recomienda para cuidar nuestra salud ocular?

Absolutamente. El Síndrome Visual Informático es hoy en día una de las principales causas de consulta en nuestros gabinetes. Al mirar una pantalla, nuestra frecuencia de parpadeo se reduce a menos de la mitad y los ojos hacen un esfuerzo de enfoque sostenido. Esto provoca sequedad ocular, escozor, enrojecimiento, visión borrosa y, a nivel sistémico, dolores de cabeza y tensión cervical.

“Nuestro objetivo es que las personas con baja visión mantengan su independencia y su calidad de vida el mayor tiempo posible”

Para cuidar nuestra salud ocular frente a las pantallas, la higiene visual es innegociable. Recomendamos aplicar la regla del "20-20-20": apartar la mirada de la pantalla cada 20 minutos y enfocar a un objeto lejano.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos y objetivos del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de Andalucía para los próximos años y qué mensaje le gustaría trasladar a la ciudadanía sobre la importancia de la salud visual?

Nuestro reto más inmediato es consolidar esa integración en el Servicio Andaluz de Salud, logrando que se materialice en dotación de plazas reales en los centros de salud andaluces. Paralelamente, seguiremos combatiendo de forma incansable el intrusismo profesional y la venta incontrolada de artículos ópticos en establecimientos no autorizados, ya que supone un verdadero peligro para la salud pública.

A la ciudadanía andaluza me gustaría trasladarle un mensaje claro: entre el 80% y el 90% de la información que recibimos de nuestro entorno nos llega a través de los ojos, por lo que podemos decir que son nuestro contacto más directo con el mundo. Por eso, no hay que esperar a ver mal, a tener molestias o a que los niños bajen su rendimiento escolar para evaluar el estado de la salud visual a través de una adecuada revisión. Es indispensable acudir al menos una vez al año a un establecimiento sanitario de óptica y optometría de confianza porque la prevención es, sin lugar a dudas, la mejor inversión que pueden hacer en su calidad de vida.



ENTREVISTA

**M^a VÍCTORIA
ALONSO MARTÍNEZ**
GERENTE DE LA
FUNDACIÓN FABIS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

FABIS impulsó en marzo las I Jornadas de Investigación en Salud de Huelva. ¿Qué balance hace de esta primera edición y qué necesidades ha puesto de manifiesto?

Es poner en valor la actividad que desde Huelva hacen todos los investigadores de la provincia e impulsar el reconocimiento de los profesionales y de sus líneas de trabajo. También nos interesa hacer una transferencia a los ciudadanos de la labor que realizan nuestros profesionales y la Fundación en apoyo a la investigación sanitaria en nuestra provincia.

La Fundación también ha convocado una nueva edición de los Premios FABIS. ¿Qué importancia tiene apoyar el talento joven para seguir fortaleciendo la investigación sanitaria en Andalucía?

Creemos que es muy importante que los profesionales que se van a formar en la especialidad vean en Huelva una posibilidad de venir para formarse como especialistas y que, además, no solo van a tener una gran formación a nivel profesional y asistencial, sino también la posibilidad de desarrollar investigación en nuestros centros. Lo queremos poner en valor. Pueden ir a Sevilla, pero tienen que saber que en Huelva pueden hacer una formación especializada magnífica durante su periodo de formación, realizar su tesis doctoral y participar en proyectos de investigación, algo muy importante también a nivel curricular. En Huelva se pueden formar grandes especialistas y el Premio FABIS está orientado a poner en valor la calidad de los residentes que se forman en nuestra región.

Cada vez resulta más difícil atraer y retener talento investigador. ¿Qué cree que necesita Andalucía para consolidarse como un referente en investigación sanitaria y evitar la fuga de profesionales?

Hay que darle a estos profesionales que quieren trabajar en investigación una trayectoria curricular para que puedan hacerlo.

En ese sentido se están haciendo diferentes acciones orientadas a impulsar la figura del clínico investigador, que creemos que es muy importante y que se va a poner en marcha próximamente. Habrá profesionales que, aparte de su labor asistencial, dedicarán una parte im-



M^a Victoria Alonso Martínez, en el centro de la imagen.

M^a Victoria Alonso Martínez: “Queremos atraer cada vez más ensayos clínicos a Huelva”

portante de su jornada a la investigación y también serán profesores de la universidad, pudiendo desarrollar ese doble rol de clínico asistencial e investigador. Creemos que eso va a permitir que haya menos fuga de talento.

Además, existen diferentes convocatorias, tanto en Andalucía como a nivel nacional, que trabajan para que los profesionales sanitarios interesados en hacer investigación puedan desarrollar esa carrera investigadora.

Cada vez se insiste más en que los avances científicos lleguen antes a los pacientes. ¿Cómo trabaja FABIS para convertir la investigación en mejoras reales dentro del sistema sanitario?

Trabajamos apoyando a los profesionales para que sus iniciativas de investigación se conviertan en proyectos financiados. Cuando un investigador viene a FABIS le damos apoyo metodológico y administrativo y le informamos de las convocatorias de financiación a nivel andaluz, nacional e internacional.

Les apoyamos en todo el proceso de presentación y, una vez que el proyecto es subvencionado, les acompañamos durante todo el recorrido de gestión y justificación.

Además, FABIS está tremendamente implicada en el apoyo a los

ensayos clínicos, que permiten que los pacientes accedan a tratamientos de última generación que todavía no están en el mercado. Hemos obtenido una subvención para una nueva unidad de ensayos clínicos concedida por el Instituto de Salud Carlos III.

La nueva unidad está en construcción y ya se ha dotado de personal para ponerla en marcha. Es una apuesta para atraer más ensayos clínicos a la provincia de Huelva y evitar que nuestros pacientes tengan que desplazarse a otras provincias de Andalucía.

Ese es nuestro compromiso: atraer cada vez más ensayos, especialmente de fases tempranas, y convertir Huelva en un lugar atractivo para desarrollar ensayos clínicos.

Recientemente FABIS ha recibido una nueva donación para apoyar proyectos oncológicos en el Hospital de Ríotinto. ¿Cómo contribuyen este tipo de colaboraciones a mejorar la calidad de vida de los pacientes y a seguir avanzando en la investigación?

Nos parece una iniciativa maravillosa. Que los movimientos asociativos colaboren con nosotros nos permite trabajar en diferentes líneas. Esas donaciones se orientan fundamentalmente al apoyo de la calidad de vida.

Si hablamos de oncología, permiten impulsar iniciativas como la unidad de atención integral al paciente, con nutricionistas, fisioterapeutas y psicólogos que dan un apoyo fundamental. No solo se trata de aplicar un tratamiento novedoso y efectivo, sino también de abordar la esfera emocional, el ejercicio físico, la nutrición o la fisioterapia. Creemos que es completar la asistencia que necesita un paciente oncológico.

Quiero poner en valor la labor que hacen las asociaciones de pacientes, porque es extraordinaria.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales proyectos y objetivos que se marca FABIS para los próximos años y qué mensaje le gustaría trasladar sobre la importancia de seguir apostando por la investigación en salud?

Me gustaría decir que, además de las áreas que ya tenemos activas como oncología, cardiología, digestivo, factores de riesgo cardiovascular, biología, dermatología y reumatología, queremos abrir otras áreas como hematología y atraer más ensayos clínicos. Queremos incrementar el número de ensayos en aquellas especialidades donde ahora mismo hay menos.

También me gustaría trasladar al ciudadano la importancia de comprender que la investigación

que apoyamos desde FABIS y desde los hospitales y centros de Huelva nos ayuda a ofrecer diagnósticos más precoces, tratamientos más personalizados y opciones terapéuticas innovadoras. Hoy en día tenemos más de 180 ensayos clínicos activos en nuestra provincia y queremos que lleguen cada vez a más personas.

“La colaboración de los movimientos asociativos nos permite trabajar en diferentes líneas”

Nos gustaría que el ciudadano colaborara con la investigación en Huelva, ya sea apoyando económicamente proyectos a través de la Fundación o, si su profesional sanitario le propone participar en un ensayo clínico, que se informe bien, haga todas las preguntas que considere y valore libremente esa participación, sabiendo que se desarrollará en un entorno muy regulado y seguro.

Por último, me gustaría que entre los ciudadanos difundiéramos la importancia de hablar bien de la investigación en salud, porque sin investigación no hay avance en la medicina. Es el auténtico motor.

Que los ciudadanos sepan que en Huelva se investiga en salud y que cada persona puede poner su pequeño granito de arena para que sigamos mejorando la vida de todos.



ENTREVISTA

DR. JOSÉ LUIS ZAMBRANA
PRESIDENTE DE LA
SOCIEDAD ANDALUZA
DE MEDICINA INTERNA
(SADEMI)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Las olas de calor son cada vez más frecuentes e intensas y su impacto preocupa especialmente en personas con enfermedades crónicas. ¿Qué riesgos están observando desde la Medicina Interna y qué pacientes son los más vulnerables?

Las olas de calor no solo aumentan el riesgo de sufrir un golpe de calor, sino que también favorecen la descompensación de enfermedades crónicas que hasta ese momento se encontraban estables. Durante estos episodios observamos con mayor frecuencia ingresos hospitalarios por insuficiencia cardíaca, deterioro agudo de la función renal, descompensaciones metabólicas y exacerbaciones de enfermedades respiratorias. De hecho, los ingresos hospitalarios de pacientes con enfermedades crónicas pueden aumentar aproximadamente un 20 % durante los periodos de calor extremo.

Los pacientes más vulnerables son las personas con insuficiencia cardíaca, enfermedad renal crónica, diabetes, enfermedades respiratorias, obesidad y determinadas enfermedades autoinmunes o sistémicas. Además, muchos de ellos reciben tratamientos que requieren una vigilancia más estrecha durante las olas de calor. Por este motivo, insistimos en la importancia de mantener una hidratación adecuada, realizar un seguimiento clínico individualizado y detectar precozmente los síntomas de alarma.

El aumento de las temperaturas está obligando a adaptar la asistencia sanitaria a una nueva realidad. ¿Cómo está cambiando la atención a los pacientes crónicos y qué papel desempeñan los internistas?

Las olas de calor obligan a extremar la vigilancia de los pacientes con enfermedades crónicas, especialmente de aquellos que presentan un mayor riesgo de descompensación. Desde Medicina Interna reforzamos el seguimiento clínico, insistimos en las medidas preventivas —como mantener una hidratación adecuada, evitar la exposición al calor y reconocer precozmente los síntomas de alarma— y prestamos especial atención a los tratamientos que pueden requerir una supervisión más estrecha durante estos episodios.

El internista desempeña un papel fundamental porque atiende a pacientes complejos, con frecuencia pluripatológicos y polimedicados. Su visión integral permite valorar globalmente la situación clínica del paciente, prevenir complicaciones y actuar de forma precoz cuando aparecen signos de descompensación.

La obesidad ha pasado a considerarse una enfermedad crónica con importantes consecuencias para la salud. ¿Cree que todavía está infravalorada? ¿Cómo se plantea su abordaje desde la Medicina Interna?

Hasta hace relativamente poco tiempo, la obesidad no se consideraba propiamente una enfermedad, sino un factor de riesgo para el desarrollo de numerosas patologías crónicas. Actualmente, esta concepción ha cambiado, ya que sabemos que la obesidad constituye una enfermedad crónica por sí misma y que, además, favorece la aparición y agrava la evolución de múltiples procesos.

Los internistas desempeñamos un papel especialmente relevante en su abordaje, puesto que la obesidad suele formar parte de la pluripatología que atendemos habitualmente. El exceso de peso puede empeorar notablemente enfermedades como la diabetes, los trastornos del metabolismo lipídico, la insuficiencia cardíaca o las enfermedades respiratorias crónicas.

Su tratamiento debe plantearse de manera integral e individualizada, abordando no solo la pérdida de peso, sino también las enfermedades asociadas, los hábitos de vida, el tratamiento farmacológico cuando esté indicado y el seguimiento a largo plazo del paciente.

Además de la obesidad, cada vez cobran más importancia cuestiones como la microbiota, las resistencias antimicrobianas o la medicina de precisión. ¿Cómo están transformando estos avances y desafíos la práctica de la Medicina Interna?

Los internistas trabajamos bajo el principio de que ningún problema clínico complejo es ajeno a nuestra responsabilidad. Esta actitud ha determinado que la especialidad participe activamente en la mayoría de los grandes retos asistenciales a los que ha tenido que hacer frente nuestro sistema sanitario.

Estamos habituados a afrontar los desafíos clínicos y terapéuticos que van surgiendo con el paso del tiempo; podría decirse que forma parte del ADN de nuestra especialidad. Por poner un ejemplo, cuando apareció la epidemia del sida, los servicios de Medicina Interna desempeñaron un papel decisivo en la atención de estos pacientes. Más recientemente, durante la pandemia de COVID-19, los internistas asumieron la atención de aproxi-

Dr. José Luis Zambrana: “Trabajamos bajo el principio de que ningún problema clínico complejo es ajeno a nuestra responsabilidad”



madamente el 80 % de los pacientes hospitalizados no críticos.

Actualmente, ámbitos como el conocimiento de la microbiota, la lucha contra las resistencias antimicrobianas y el desarrollo de la medicina de precisión están transformando nuestra forma de diagnosticar, prevenir y tratar las enfermedades. La Medicina Interna debe integrar estos avances sin perder su principal fortaleza: la valoración global de la persona y no únicamente de una enfermedad concreta.

“Atendemos pacientes complejos, con frecuencia pluripatológicos y polimedicados”

Andalucía continúa impulsando estrategias para mejorar la atención a los pacientes complejos dentro del Servicio Andaluz de Salud. ¿Qué papel

desempeña la Medicina Interna en este modelo asistencial?

En este ámbito, la Medicina Interna está llamada a desempeñar un papel fundamental. El Plan Andaluz de Atención a las Personas con Enfermedades Crónicas en Andalucía establece un modelo asistencial orientado a afrontar el progresivo envejecimiento de la población andaluza y el consiguiente aumento de pacientes crónicos, pluripatológicos, polimedicados y con necesidades asistenciales complejas.

La Consejería de Sanidad ha solicitado expresamente la colaboración de la Medicina Interna en el desarrollo de este plan, lo que refleja la importancia estratégica de nuestra especialidad en la atención a estos pacientes. Los internistas podemos aportar una visión integral, una elevada capacidad para gestionar la complejidad clínica y una función coordinadora entre los distintos profesionales y niveles asistenciales.

El plan potenciará especialmente la prevención, la educación terapéutica, la atención proactiva y centrada en el ámbito comunitario, y la coordinación asistencial, ámbitos en los que nuestros compañeros de Atención Primaria desempeñan un papel indiscutible. Paralelamente, los internistas se integrarán en los equipos multidisciplinares

para favorecer una atención coordinada entre Atención Primaria y hospitalaria.

Asimismo, se impulsarán en los hospitales estructuras funcionales como las unidades de continuidad asistencial y las unidades de media estancia, vinculadas estructural y funcionalmente a los servicios de Medicina Interna. Estas unidades permitirán ofrecer una respuesta más flexible, coordinada y adaptada a las necesidades de los pacientes complejos, evitando ingresos innecesarios y facilitando las transiciones entre los distintos ámbitos asistenciales.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos que afronta actualmente la Medicina Interna y qué papel cree que desempeñará esta especialidad dentro del sistema sanitario?

Los servicios de Medicina Interna articulan y dan respuesta a una parte muy importante de los pacientes que precisan hospitalización por un problema médico. Además, en el ámbito ambulatorio, la especialidad atiende a pacientes con enfermedades sistémicas e infecciosas, riesgo cardiovascular o enfermedad tromboembólica, sin olvidar su función consultora ante patologías complejas o de difícil diagnóstico y su papel en la coordinación de equipos multidisciplinares. Por todo ello, la Medicina Interna constituye una especialidad esencial dentro del sistema sanitario.

Entre los principales retos se encuentra el cambio de nuestra pirámide poblacional. El envejecimiento progresivo y el aumento de los pacientes crónicos, pluripatológicos y polimedicados van a poner a prueba la capacidad de respuesta del sistema sanitario. En este contexto, el carácter integral, transversal y coordinador de la Medicina Interna puede desempeñar un papel clave para afrontar los retos venideros, mejorar la continuidad asistencial y garantizar una atención centrada en las necesidades globales de cada paciente. Nuestra especialidad tendrá, por tanto, una función cada vez más relevante en la organización y sostenibilidad del sistema sanitario.



Ana Chinarro: “Predicar con el ejemplo siempre ha sido, y sigue siendo, nuestro modus operandi”

ENTREVISTA

ANA CHINARRO
DIRECTORA GENERAL DE
DINGONATURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Dingonatura ha construido una marca muy vinculada a la alimentación natural y al bienestar animal, pero también a valores como la sostenibilidad y la responsabilidad social. Desde el área de Marketing, Comunicación e Innovación, ¿cómo se consigue que esos compromisos trasciendan el discurso corporativo y sean realmente percibidos y valorados por consumidores cada vez más exigentes?

En DingoNatura somos afortunados en este sentido. Desde nuestro nacimiento, hace ahora 25 años, hemos tratado de construir una marca con propósito, tanto en relación con la salud y bienestar animal, como con el compromiso con la sociedad y nuestro entorno.

Prueba de ello es el estado de salud de los perros y los gatos que se alimentan con nuestros productos Natura Diet, pero también nuestra participación y promoción de diversos proyectos sociales, siendo el apoyo al movimiento paralímpico español y la creación de nuestra propia Fundación DingoNatura en el año 2021.

Predicar con el ejemplo siempre ha sido y sigue siendo nuestro “modus operandi”. Sin duda, demostrar continuamente que haces lo que dices nos ayuda mucho, especialmente en el contexto actual de “desinformaciones” constantes.

El mercado de la alimentación para mascotas evoluciona a gran velocidad, impulsado por propietarios que buscan productos con respaldo cientí-

fico, ingredientes de calidad y procesos responsables. ¿Qué tendencias están marcando actualmente el desarrollo de nuevos productos en Dingonatura y cómo influye la innovación en la estrategia de crecimiento de la compañía?

En el caso de DingoNatura y, más concretamente, en el de nuestra marca Natura Diet, la innovación forma parte de su esencia.

En Natura Diet no hemos cambiado nuestro foco original de ofrecer la máxima calidad gracias a una cuidadísima selección de ingredientes y un proceso exclusivo diseñado para obtener el producto que hemos definido. Esto nos permite preservar todo el valor nutritivo del alimento hasta que el animal lo ingiere.

Actualmente, estamos trabajando en desarrollar nuevas categorías con tipologías de producto diferentes y, sobre todo, en desarrollar nuestros propios ingredientes para garantizar la trazabilidad total del alimento.

El Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa sitúa la sostenibilidad como uno de los grandes pilares de la empresa. ¿Qué iniciativas están teniendo un mayor impacto en la reducción de la huella ambiental y cómo logran integrar esos avances en toda la cadena de valor, desde la producción hasta el consumidor final?



En nuestra industria, diría que hay dos elementos que marcan de forma importante la sostenibilidad desde el punto de vista ambiental: uno es el proceso de cocinado y otro es la utilización de envases que deben aportar unas especificaciones concretas para la protección del producto.

En nuestro caso, en octubre de 2019 comenzó a funcionar nuestra fábrica de alimento seco de Bergal (Huesca), cuyo proyecto se concibió desde el inicio con el objetivo de convertirla en la fábrica más sostenible de Europa. El único combustible utilizado es el GNL, considerado el menos contaminante. El único residuo de este proceso que se vierte a la atmósfera es vapor de agua.

Por otro lado, disponemos de un equipo dedicado exclusivamente a trabajar con nuestros proveedores de envases para conseguir envases cada vez más “ecológicos”, por cambiar los materiales.

Pero la sostenibilidad es un concepto que abarca mucho más allá que el cuidado del entorno. Trabajamos cada día en DingoNatura para que esto sea un proyecto duradero, que proporcione un medio de vida digno a nuestro equipo y que, además de hacer más sostenible la vida de nuestros perros y

gatos, lo hagamos minimizando el posible impacto negativo en nuestro entorno. En definitiva, construir el legado Natura Diet.

Dingonatura mantiene una estrecha vinculación con proyectos sociales y con el deporte paralímpico, reforzando una imagen de marca comprometida. ¿Qué aporta este tipo de alianzas a la identidad corporativa y cómo influyen en la forma en la que la empresa conecta con clientes, distribuidores y la sociedad?

DingoNatura, como tantas otras empresas, es un proyecto social en sí misma. Una empresa privada con buenos resultados es una magnífica plataforma para tratar de mejorar la sociedad. El movimiento paralímpico refleja fielmente los valores con los que al equipo DingoNatura nos gustaría que se nos identificara de puertas para afuera. El deporte y el deporte paralímpico nos enseñan cada día que somos más capaces de lo que pensamos y que, con sacrificio, esfuerzo, trabajo en equipo, confianza, solidaridad y compañerismo somos capaces de alcanzar muchas metas.

Desde abril de 2022 estamos comprometidos con el apoyo al deporte para gente con discapacidad, participamos en la captación de nuevas promesas y nos sentimos responsables de dar a conocer este magnífico trabajo que se hace desde el CPE.

En un contexto donde la transparencia y la confianza son determinantes para el consumidor, ¿qué papel desempeña la comunicación corporativa a la hora de explicar el origen de los ingredientes, los procesos de fabricación y el compromiso medioambiental de DingoNatura frente a un mercado cada vez más competitivo?

Esta es nuestra piedra angular. Es muy difícil vender “calidad” en este mercado. La dificultad radica en que la “calidad” de un alimento completo para un perro o un gato produce un claro impacto positivo en su salud a medio-largo plazo.

Nosotros trabajamos para mejorar la salud del animal a través de la nutrición desde el momento en el que comienza a ingerir Natura Diet, aportando los ingredientes funcionales que sabemos necesarios en cada una de las etapas de su vida para que esté con nosotros el máximo tiempo posible, pero en las mejores condiciones de salud.

La comunicación y, yo diría más, la formación e información verídica, son imprescindibles para hacer pedagogía e ir instalando en las mentes de las personas preocupadas por sus animales ese conocimiento que les permita hacer una buena elección. Pero nuestro mayor ejercicio de transparencia es la organización de visitas a nuestra fábrica en las que intentamos que estén todas las personas necesarias para que los visitantes salgan con una visión muy clara de cómo hacemos Natura Diet y por qué marca esa diferencia en el mercado.

Tras reconocimientos como el obtenido por Natura Diet Cat Sterilized y el crecimiento de la compañía en innovación y sostenibilidad, ¿cuáles son los principales objetivos estratégicos que se ha marcado DingoNatura para 2026 en materia de expansión, desarrollo de nuevos productos, responsabilidad social y liderazgo dentro del sector de la nutrición para mascotas?

Este reconocimiento ha sido muy emocionante para nosotros y el premio a un trabajo de muchos años. Conseguir un alimento seco para gato como Natura Diet era un objetivo que teníamos muy claro a principios de este siglo, pero no vio la luz hasta 20 años más tarde.

Nos estamos preparando para abordar categorías de productos que, hasta el momento, no habíamos trabajado, nuestro plan de expansión implica abordar nuevos canales de distribución y potenciar la exportación y estamos muy enfocados en desarrollar nuestros propios ingredientes.

En cuanto a responsabilidad social, estamos en una etapa muy dulce con nuestra Fundación, que ha comenzado a crear e implementar sus propios proyectos, se está haciendo un hueco y un nombre respetado de cara a las Administraciones Públicas y tendremos nuestra primera edición de los Premios “Vínculos que dan vida” en Barcelona. También renovamos nuestro apoyo y compromiso con la familia paralímpica para el ciclo de Los Ángeles, en el que el objetivo principal es la divulgación del movimiento y la captación de nuevas promesas para nuestro equipo de piragüismo.





Daniel Herce: “El golf transmite respeto, honestidad, paciencia, responsabilidad y capacidad para tomar decisiones”

ENTREVISTA

DANIEL HERCE
METAS GOLF ACADEMY
DE DANIEL HERCE



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo nació Metas Golf Academy de Daniel Herce y cuál es la filosofía que guía vuestro trabajo?

Metas Golf Academy nació de una vocación que lleva acompañándome más de treinta años: enseñar y ayudar a las personas a disfrutar del golf. Durante este tiempo he trabajado con jugadores de todas las edades y niveles, y esa experiencia me ha enseñado que enseñar golf va mucho más allá de corregir un swing.

Desde el principio tuve claro que quería una escuela basada en una enseñanza personalizada. No creo en métodos universales ni en que todos los jugadores deban moverse igual. Cada persona tiene capacidades físicas, una forma de aprender y unos objetivos diferentes.

Esta filosofía se refleja en nuestra metodología Green to Tee, un aprendizaje progresivo que comienza cerca del hoyo y construye el juego hasta llegar al golpe largo. Así, el alumno comprende antes el golf, gana confianza y disfruta de su evolución.

Además, entendemos la tecnología como una herramienta al servicio del profesor. La tecnología aporta datos; el profesor aporta experiencia, interpretación y criterio.

Trabajamos para que cada alumno encuentre en el golf una experiencia auténtica y duradera.

¿Qué hace diferente vuestra metodología de enseñanza respecto a otras escuelas de golf?

La principal diferencia es que no enseñamos un modelo de swing: enseñamos a la persona que tenemos delante. Cada jugador tiene características físicas, experiencia y objetivos distintos.

Partimos de una evaluación inicial para conocer su movilidad, coordinación, movimiento natural y nivel técnico. A partir de ahí diseñamos un aprendizaje personalizado.

Otro elemento diferencial es Green to Tee. Comenzamos por el putt, el juego corto y el control de distancia y progresamos hasta los hierros, las maderas y el driver. Esto ayuda al alumno a comprender el juego y consolidar sus fundamentos.

La tecnología nos permite medir y comprender mejor lo que sucede, pero es el profesor quien interpreta esa información. Nuestro objetivo es formar jugadores que comprendan su juego, desarrollen autonomía y puedan seguir evolucionando durante muchos años.

¿Qué perfil de alumnos tenéis actualmente? ¿Es un deporte cada vez más accesible para niños, jóvenes y adultos?

Tenemos un perfil muy diverso: niños que comienzan, jóvenes que compiten a nivel autonómico y nacional, adultos que se inician y jugadores experimentados que quieren mejorar su rendimiento.

Creo que el golf es hoy mucho más accesible. Existen más programas de iniciación, mejores instalaciones y clubes y escuelas que trabajan para acercarlo a nuevos públicos.

El golf también transmite respeto, honestidad, paciencia, responsabilidad y capacidad para tomar decisiones. Por eso lo entendemos no solo como un deporte, sino también como una magnífica herramienta educativa.

En los últimos años el golf ha ganado popularidad. ¿A qué crees que se debe

este crecimiento y cómo lo estáis viendo desde la escuela?

También ha cambiado la percepción del golf. Hoy es un deporte más abierto y cercano. Clubes, federaciones y escuelas estamos trabajando para eliminar antiguos prejuicios mediante programas de iniciación y nuevas formas de acercarse al juego.

La enseñanza también ha evolucionado. La tecnología, las nuevas metodologías y la formación de los profesionales permiten que los alumnos comprendan mejor lo que hacen y progresen más rápidamente.

Desde nuestra escuela vivimos este crecimiento con ilusión y responsabilidad. Queremos que cualquier persona que se acerque por primera vez descubra que el golf puede ser un deporte para cualquier edad y nivel.

Además de la técnica, ¿qué valores intentáis transmitir a vuestros alumnos a través del golf?

La técnica se aprende y perfecciona, pero los valores adquiridos a través del deporte pueden acompañarte toda la vida.

El golf enseña honestidad, responsabilidad e integridad porque muchas veces es el propio jugador quien debe aplicar las reglas correctamente.

También enseña paciencia y gestión de la frustración. No siempre salen las cosas como esperamos y debemos aprender a aceptar el error, analizarlo y continuar.

Otro valor esencial es el respeto hacia compañeros, rivales, instalaciones, normas y hacia el propio juego.

Además, fomentamos la autonomía. Un buen profesor no debería crear alumnos dependientes, sino jugadores capaces de entender su juego y tomar decisiones.

Nuestro objetivo no es fabricar grandes swings, sino ayudar a formar personas con confianza, disciplina, capacidad de superación y pasión por aprender.

¿Cuál ha sido el mayor logro o la mayor satisfacción que os ha dado la escuela desde su creación?

Es difícil elegir un único momento. Sentimos orgullo cuando un alumno gana un campeonato, baja su hándicap o consigue un objetivo deportivo, pero las mayores satisfacciones van más allá de los resultados.

Me emociona ver a niños que comenzaron con nosotros seguir disfrutando años después, familias que comparten el golf o adultos que llegaron pensando que nunca podrían jugar y terminaron enamorándose de este deporte.

También es especialmente emocionante comprobar cómo algunos alumnos, después de años de trabajo, consiguen becas universitarias gracias al golf. Saber que este deporte puede abrirles oportunidades académicas y ayudarles a construir su futuro es uno de los mayores orgullos que puede sentir un profesor.

Los trofeos terminan en una vitrina; las personas a las que has ayudado permanecen contigo. Ese es nuestro verdadero éxito.

¿Qué consejo le darías a alguien que nunca ha jugado al golf y cree que es un deporte difícil o exclusivo?

Le diría que deje los prejuicios a un lado y venga a probarlo.

Aunque también le haría una advertencia: ¿estás seguro de que quieres empezar? Porque existe un serio riesgo de engancharse... como me pasó a mí.

El golf tiene algo especial. Empiezas probando un deporte y puede terminar formando parte de tu vida. Cada golpe plantea un reto diferente y nunca dejas de aprender.

Mi consejo es sencillo: no vengas pensando en jugar bien; ven pensando en disfrutar. Si disfrutas del proceso, el aprendizaje llegará. Y probablemente ese primer golpe realmente bueno sea el comienzo de una historia que dure toda la vida.

¿Qué proyectos o retos tiene la Escuela de Golf de Daniel Herce para el futuro y cómo imagináis su evolución en los próximos años?

Vivimos un momento apasionante para la enseñanza del golf. Creo que el siguiente gran salto estará en utilizar mejor la tecnología y toda la información que genera para conseguir una enseñanza más personalizada.

Queremos seguir siendo una escuela cercana, donde la relación entre profesor y alumno sea el centro, pero aprovechando las posibilidades de la inteligencia artificial.

Estamos desarrollando una startup tecnológica nacida de una necesidad detectada después de miles de horas impartiendo clases. Los profesores dedicamos mucho tiempo a informes, planificación, seguimiento y tareas administrativas. Creemos que la tecnología puede ayudarnos a recuperar ese tiempo para dedicarlo al alumno.

Nuestra visión es muy clara: la inteligencia artificial no debe decirle al profesor cómo enseñar; debe aprender de él, adaptarse a su metodología y potenciar su conocimiento.

Actualmente buscamos un inversor que nos ayude a acelerar el proyecto y llevar esta tecnología a profesores y academias.

Nuestro reto va más allá de nuestra escuela. Si conseguimos que miles de profesores puedan dedicar más tiempo a sus alumnos y menos a tareas administrativas, habremos conseguido algo importante.

Porque la tecnología evolucionará, pero hay algo que nunca cambiará: el valor de un gran profesor.





Luis Martínez Muñoz: “La inteligencia artificial nos permite anticipar diagnósticos y avanzar hacia una cirugía más precisa”

ENTREVISTA

LUIS MARTÍNEZ MUÑOZ
CEO DE FLAMINGO
BIOLAB

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Flamingo Biolab ha experimentado un importante crecimiento durante el último año. ¿Cómo valora esta evolución y cuáles han sido las claves de este crecimiento?

Valoramos esta evolución muy positivamente. Durante el último año hemos crecido hasta formar un equipo multidisciplinar de siete personas, con perfiles de ingeniería, diseño y marketing, química y administración. Este crecimiento confirma que estamos avanzando en la dirección adecuada, generando nuevas oportunidades laborales tanto en Andalucía como a nivel nacional.

Además, demuestra que, incluso en un sector tan exigente como la biomedicina, existen oportunidades cuando se desarrollan soluciones innovadoras que poco a poco se van incorporando a la sociedad. Ese impacto es, precisamente, el que se refleja en nuestro crecimiento.

Flamingo Biolab trabaja con gemelos digitales para planificar intervenciones quirúrgicas con mayor precisión. ¿Qué ventajas ofrece esta tecnología y cómo puede cambiar la práctica clínica en los próximos años?

Los gemelos digitales son una réplica virtual y personalizada de los órganos de cada paciente, generada a partir de pruebas de imagen como un TAC o una resonancia magnética. En nuestro caso, hemos desarrollado algoritmos capaces de obtener, incluso a partir de un TAC, información de tejidos que hasta ahora no era visible, permitiendo crear estos modelos con mayor precisión y agilizar el diagnóstico.

Su principal ventaja es que permiten planificar cada intervención de forma personalizada, seleccionar la estrategia quirúrgica más adecuada y reducir el riesgo de reintervenciones. Nuestro objetivo es que esta tecnología se integre de forma habitual en la práctica clínica y contribuya a hacer realidad

una medicina cada vez más personalizada.

La inteligencia artificial está ganando protagonismo en el ámbito sanitario para imágenes médicas y el diagnóstico precoz. ¿Qué papel desempeña esta tecnología en las soluciones que desarrolla Flamingo Biolab y qué beneficios aporta tanto a los profesionales como a los pacientes?

La inteligencia artificial es una pieza clave en nuestras soluciones. Hemos desarrollado algoritmos capaces de analizar TAC y resonancias magnéticas mediante biomarcadores de imagen para hacer visibles tejidos que hasta ahora permanecían ocultos. Esto nos permite anticipar diagnósticos, favorecer una detección más precoz y mejorar la precisión de la medicina personalizada.

Además, esta tecnología no solo potencia nuestras propias herramientas, sino que también puede integrarse en otros sistemas de diagnóstico basados en IA para aumentar su eficacia. También la aplicamos a la simulación de procesos en los gemelos digitales, como el cálculo de presiones, velocidades, la evolución del crecimiento tumoral o el análisis de la densidad de los tejidos, aportando información de gran valor para la planificación clínica.

Recientemente la Universidad de Córdoba ha reconocido la labor de Flamingo Biolab por su contribución a la biotecnología aplicada a la salud. ¿Qué supone este reconocimiento para la compañía y qué importancia tiene la colaboración entre universidad, investigación y empresa?

Este reconocimiento nos hace especial ilusión porque procede de la universidad en la que nos formamos. Que valore la tecnología que desarrollamos desde Córdoba es un orgullo y un estímulo para seguir creando nuevas soluciones.

La colaboración con la universidad es fundamental, ya que es la cuna del conocimiento y del talento. Nos permite estar cerca de futuros profesionales, fomentar el emprendimiento y acercar a los estudiantes la realidad del sector biomédico. Además, creemos que la colaboración entre universidad, investigación y empresa debe traducirse en soluciones con una aplicación real para la sociedad, evitando que el conocimiento se quede únicamente en el ámbito académico. Esa es la filosofía con la que trabajamos junto a investigadores y centros universitarios.

Andalucía está reforzando su apuesta por la innovación biomédica y el desarrollo de empresas tecnológicas vinculadas a la salud. ¿Qué oportunidades cree que ofrece este ecosistema para impulsar proyectos como Flamingo Biolab y atraer talento investigador?

Andalucía está realizando una apuesta muy importante por la innovación en salud y cuenta con una gran ventaja: disponer de un



sistema sanitario unificado como el SAS, que facilita el desarrollo y la implantación de nuevas soluciones. A ello se suma un ecosistema cada vez más sólido, con iniciativas como Córdoba Biotech, el PTS de Granada, hospitales, institutos de investigación y organismos públicos que colaboran para impulsar la innovación biomédica.

Ese apoyo institucional es clave para ayudar a las empresas a superar un entorno regulatorio muy exigente y conseguir que las tecnologías lleguen realmente a la práctica clínica. Nuestro objetivo es que innovaciones como las de Flamingo Biolab, y las de muchas otras empresas andaluzas, formen parte de la asistencia sanitaria cotidiana y contribuyan a atraer y retener talento investigador en la comunidad.

La compañía ha desarrollado Nexus, una plataforma de planificación quirúrgica basada en modelos anatómicos de alta precisión. ¿Cómo surgió este proyecto y qué impacto espera que tenga en la práctica hospitalaria?

Nexus nació hace tres años como una idea y hoy es una realidad en proceso de certificación para su implantación en hospitales de toda la Unión Europea.

Se trata de una plataforma web que genera, a partir de las pruebas de imagen de cada paciente, un gemelo digital revisado y validado por un equipo de especialistas. Esta herramienta permite al cirujano analizar con precisión volúmenes, áreas, márgenes de resección o simular la evolución de un tumor, facilitando una planificación quirúrgica mucho más personalizada.

Además, Nexus está concebido como una plataforma abierta que integrará futuras herramientas, como la bioimpresión de tejidos del propio paciente, avanzando hacia una medicina personalizada cada vez más precisa.

“Nexus nace para convertirse en el nexo entre la planificación quirúrgica y la medicina personalizada del futuro”

Para finalizar, de cara a los próximos años, ¿cuáles son los retos u objetivos de Flamingo Biolab y cómo imagina el futuro de la biotecnología aplicada a la cirugía y a la medicina personalizada en los próximos años?

Nuestro principal reto es consolidar la implantación de nuestras soluciones en el sistema sanitario, reforzando la colaboración entre el sector público y el privado para que la innovación llegue realmente a los pacientes. En un ámbito como el de la biotecnología es fundamental agilizar determinados procesos administrativos y regulatorios, siempre garantizando que el paciente esté en el centro y que la protección de sus datos y su seguridad sean una prioridad.

También creemos que es necesario impulsar una mayor cultura de apoyo a la innovación, favoreciendo la inversión y la colaboración entre empresas, investigadores e instituciones. Solo así podremos desarrollar, certificar e implantar nuevas soluciones que permitan avanzar hacia una cirugía más precisa y una medicina personalizada que beneficie cuanto antes a la sociedad.





Dr. Luis J. Morán Fagundez: “Reclamamos la incorporación de dietistas-nutricionistas a la sanidad pública andaluza”

ENTREVISTA

DR. LUIS J. MORÁN FAGUNDEZ
DECANO DEL COLEGIO
PROFESIONAL DE DIETISTAS-
NUTRICIONISTAS DE ANDALUCÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Recientemente, CODINAN ha publicado una serie de recomendaciones para prevenir las intoxicaciones alimentarias durante el verano. ¿Cuáles son los errores que más se repiten en esta época y qué medidas básicas deberíamos seguir para evitarlos?

En la mayoría de las ocasiones son problemas de conservación. No se realiza una conservación adecuada de los alimentos y eso hace que proliferen posibles microorganismos que pueden derivar en problemas gastrointestinales, como las típicas diarreas de verano.

También pueden darse problemas por contaminación o preparación. Un ejemplo claro es la famosa mayonesa hecha con huevo crudo. Este tipo de elaboraciones puede provocar intoxicaciones alimentarias por una elaboración o conservación incorrecta.

El Colegio también ha compartido consejos para mantener una alimentación saludable durante las vacaciones. ¿Es posible disfrutar del verano sin renunciar a unos buenos hábitos alimentarios y cuáles serían las principales recomendaciones?

Hay que pensar que las vacaciones no deben ser el pistoletazo de salida para descuidar nuestra salud, ya sea desde el punto de vista de la alimentación, la actividad física u otros hábitos saludables. Es cierto que las vacaciones conllevan comer más fuera de casa o perder ciertas rutinas, y eso muchas veces dificulta una adecuada alimentación porque no tenemos preparados algunos alimentos o comidas y acabamos recurriendo a opciones para salir del paso.

Como consejos generales, sobre todo que la alimentación se base en verduras y hortalizas. Ahora que es verano y las temperaturas son más cálidas, podemos aprovechar preparaciones como el gazpacho o las ensaladas y comenzar nuestras comidas con este tipo de alimentos.

Y después hay que tener un poco de cuidado con los helados, que son muy apetecibles en esta época, pero suelen tener una alta cantidad de grasas y azúcares. No se trata de eliminarlos, pero sí de dejarlos para situacio-



nes ocasionales. También podemos optar por alternativas más saludables, como helados naturales elaborados con fruta, sorbetes o fruta congelada.

La obesidad continúa siendo uno de los principales problemas de salud pública. ¿Cree que la sociedad es cada vez más consciente de la importancia que tiene la alimentación en la prevención de enfermedades?

Hay una parte que preocupa sobre esa concienciación. El 80% de los pacientes que viven con obesidad no perciben la obesidad en sí, es decir, no se ven que tengan obesidad. Por lo tanto, en esa situación es complicado poner medidas de control. Hay, por ejemplo, más de 13 tipos de cáncer relacionados con la obesidad y con la alimentación.

Además, la obesidad es una enfermedad crónica que requiere una intervención por parte de profesionales. Muchas veces encontramos en redes sociales contenidos que no son adecuados, con tratamientos o métodos mágicos para perder peso, y hay que tener mucha precaución en ese sentido. Quizás la administración pública se está quedando limitada y una de las razones puede ser la falta de dietistas-nutricionistas dentro de la sanidad pública.

Una persona en Andalucía no puede acudir a un dietista-nutricionista en su centro de salud o en su hospital para que le ayude a perder peso o a tratar una enfermedad a través de la alimentación. Desde el colegio estamos en contacto con la administración pública

andaluza para que se cree esta categoría profesional dentro del Servicio Andaluz de Salud.

Necesitamos darle un empujón a esta parte, porque la alimentación es clave, no solo en la obesidad, sino también en pacientes con riesgo de desnutrición, donde la intervención nutricional mejora la respuesta a los tratamientos y reduce la estancia hospitalaria. Esa es una batalla que tenemos en el colegio para poder dar ese impulso a la salud de los andaluces.

En los últimos años han proliferado las dietas virales y los consejos nutricionales en redes sociales. ¿Qué riesgos supone esta desinformación y cómo puede la ciudadanía identificar información basada en evidencia científica?

Siempre que se mire el número de colegiado. Si una persona tiene un número de colegiado, en nuestro caso en el ámbito de la nutrición y la salud, está claro que tiene una titulación sanitaria y una formación que le capacita para dar información al paciente.

Cuando nos encontramos a un influencer con información o conocimientos sin una capacitación para ese desempeño, tenemos un problema. Muchas veces confiamos en influencers y redes sociales y al final estamos jugando con nuestra salud. Podemos entrar en métodos milagrosos o terapias extremas que dañen nuestra salud y, a posteriori, arreglar esos daños puede costar más que el problema original.

La recomendación sería verificar el número de colegiado de esa persona, de ese profesional al que seguimos en redes o al que

“Creemos que las vacaciones no deben ser el pistoletazo de salida para descuidar nuestra salud”

vamos a visitar a consulta. Eso ya es una garantía para el paciente, porque significa que tiene titulación, seguro de responsabilidad y, sobre todo, conocimiento como profesional sanitario para realizar un tratamiento adecuado.

Las próximas Jornadas de Nutrición de CODINAN pondrán el foco en cuestiones como la inteligencia artificial, la salud pública o la sostenibilidad. ¿Cómo cree que estos avances van a transformar el trabajo de los dietistas-nutricionistas y la atención a los pacientes en los próximos años?

Con respecto a las jornadas del colegio, llevamos más de diez ediciones en las que intentamos ser un punto de referencia y un punto de encuentro para los profesionales. En ese sentido, queremos abordar los aspectos relacionados con la inteligencia artificial desde el punto de vista tanto de profesionales como de usuarios.

Para los profesionales puede ser una herramienta que mejore el enfoque a la hora de plantear tratamientos a los pacientes, pero también hay que tener en cuenta que hay usuarios que se meten en ChatGPT y se dan una dieta que no siempre se hace de forma adecuada. Las patologías y las enfermedades tienen muchas características que hay que valorar de cara a establecer un tratamiento nutricional y, por eso, recomendamos un asesoramiento cercano, personal y profesional. Al final son herramientas que hoy en día son necesarias y que un profesional debe saber utilizar. De ahí que sea uno de los aspectos que incluimos en las jornadas que celebraremos en noviembre en Sevilla.

Por otro lado, la sostenibilidad es un concepto que debemos tener en cuenta. Los cambios que está habiendo a nivel global afectan también a la alimentación, la producción, la gestión de residuos y el consumo de productos locales. Debemos integrar esa sostenibilidad desde el punto de vista de la alimentación y la nutrición para proporcionar información adecuada a nuestros pacientes y conseguir tratamientos nutricionales que sean saludables y sostenibles. Pero también deben ser ricos y adaptados, porque si no está bueno, no se genera adherencia y el paciente no lo lleva a cabo.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos y objetivos que se marca el Colegio Profesional de Dietistas-Nutricionistas de Andalucía para seguir impulsando una alimentación saludable y el reconocimiento de la profesión?

Para seguir impulsando esa alimentación más saludable y el reconocimiento de nuestra profesión, el punto más importante es ese reconocimiento por parte de la Administración Pública y la creación de la categoría profesional de Dietistas-Nutricionistas para que cualquier persona en Andalucía pueda acudir a un profesional que le ayude a cuidar su alimentación. Llevamos más de 10 años luchando por la creación de esta categoría profesional y ese sería el principal reto que esperamos que tenga buenas noticias a lo largo de 2026.

Abarcamos muchos ámbitos, desde la atención individual hasta la salud pública, promoviendo hábitos de alimentación saludable. Cada vez nos conocen más, aunque todavía queda camino por recorrer, y esperamos poder atender también a pacientes a través de la sanidad pública, que es la asignatura pendiente que tenemos y que esperamos poder resolver a lo largo de 2026.



Sara Santos: “Queremos seguir creciendo, creando nuevos modelos y llegando al mayor número posible de mujeres”

ENTREVISTA

SARA SANTOS

PODÓLOGA Y CREADORA DE DAP

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
DAP nace desde la experiencia en la clínica podológica, buscando unir la salud del pie y el diseño del calzado. ¿Cómo surge el salto de tratar patologías en consulta a crear una marca propia de calzado?

La marca nace en la clínica porque todos los días veo a muchas mujeres con una serie de patologías que se repiten y, al final, todas me decían lo mismo: “No encuentro un calzado que se adapte a la deformidad o a la patología de mi pie”.

Igualmente, no encontraba un zapato para todas aquellas mujeres que usaban una plantilla personalizada y le cupiese dentro de ese zapato, entonces esa fue la idea la que me hizo llevar a cabo la marca.

Muchas mujeres con problemas como juanetes, fascitis o pies sensibles se han visto obligadas a elegir entre ir cómodas o ir elegantes. ¿De qué manera rompe DAP con ese falso mito de que el calzado saludable no puede ser estético?

Nosotros con DAP hemos querido unir tanto salud como diseño. Ha sido un poco complicado porque poner una puntera respetuosa con la anatomía de los dedos y con un diseño atractivo pues ha sido complicado pero lo hemos conseguido.

Este tipo de zapato que puede utilizarse no se ajusta a los cánones de moda que las mujeres seguían y, básicamente, esa fue la idea que nos hizo llevar a cabo DAP.

A menudo elegimos calzados centrándonos más en la estética que en la prevención de los posibles problemas. ¿Qué es lo primero en lo que deberíamos fijarnos al elegir calzado para el día a día?

Para mí como podóloga lo más importante y creo que es indiscutible: la puntera respetuosa. Al final, una puntera estrecha que es a lo que normalmente nos ha acostumbrado el sector del calzado, la cual hace que se deformen todos nuestros dedos dando lugar a patologías como juanetes, dedos en garra, uñas clavadas.

Un calzado puede tener un poco más de amortiguación, menos, un poco más de tacón, pero la puntera considero que debe ser respetuosa y lo más importante.

Cada vez cuesta más apostar por una producción local y no siempre es un camino fácil. ¿Qué supone fabricar en España y mantener unos estándares de calidad y cercanía?



Me parece una pregunta muy interesante porque llevo tres años intentando desarrollar esta idea y han sido muchas las dificultades que hemos tenido que superar para poder tener el zapato DAP.

Emprender en España con un producto de mucha calidad es un trabajo artesanal. El calzado llega a pasar por 30 personas diferentes. Es verdad que todas esas dificultades se reflejan en la producción, en tiempo y esfuerzo. Es una pena que el trabajo que tenemos aquí, en España, y la calidad con la que se fabrica el calzado español se vayan perdiendo, porque cada vez son más los proveedores y las fábricas que cierran y, de alguna manera, nos están obligando a producir fuera. Ese es, básicamente, el problema que nos hemos encontrado.

Además, cada vez hay más producción extranjera e importaciones y a la gente le cuesta más comprar lo que se hace en España, aunque siga habiendo personas que apuestan por ello. Me he dado cuenta de que la gente no valora realmente un calzado bueno, hecho de piel y con la calidad que tiene.

Estamos acostumbrados al “fast fashion”, a comprar mucha ropa de bajo precio y de mala calidad, que dura una temporada



o ni siquiera llega a durar una temporada entera. En cambio, un calzado español, de piel y con una alta calidad, obviamente hay que pagarlo, porque detrás hay un trabajo artesanal que no siempre se valora.

Además el cuidado de la salud de los pies sigue siendo un gran desconocido para gran parte de la población. ¿Qué cree que falta por hacer en materia de educación preventiva en podología?

Sí, muchísima. Bajo mi punto de vista, cada vez se está haciendo un gran trabajo de educación sanitaria por parte de los podólogos a través de las redes sociales, pero la gente todavía no es consciente de que un problema en el pie, o incluso una cicatriz de cesárea, puede estar provocando sintomatología en el pie o, al revés, que un problema en el pie puede dar síntomas en otra parte del cuerpo.

Por ejemplo, una uña clavada o un callo pueden hacer que el cuerpo huya del dolor y adopte una forma diferente de caminar. Esto puede dar lugar a sobrecargas en las rodillas, la cadera o la espalda. Nos parece una tontería que salga un callo, pero no somos conscientes de la repercusión que puede tener en el futuro si no se pone ningún remedio.

Para finalizar, ¿cuáles son los próximos retos de crecimiento para DAP y qué mensaje le gustaría trasladar a todas las mujeres sobre la importancia de cuidar sus pies en el día a día?

Me gustaría terminar con una frase: más vale prevenir que curar. Un buen calzado y una buena higiene del pie pueden evitar muchísimos problemas en el futuro. Ya no hablo solo de deformidades como juanetes o dedos en garra, sino también de problemas en las rodillas, la cadera o la espalda. No es ninguna tontería.

DAP no está hecho solamente para mujeres que tienen este tipo de deformidades o necesitan plantillas. Está pensado para todas aquellas mujeres que quieren prevenir este tipo de problemas en el futuro.

Lo que queremos con DAP es seguir creciendo, seguir creando nuevos modelos y que llegue al mayor número posible de mujeres. Ahora mismo vendemos únicamente a nivel nacional, en España, y nuestra idea es exportar el producto europea e internacionalmente. Vamos paso a paso.





Candela Valle Mancilla: “Queremos transmitir que cuidarse no es egoísmo, sino una prioridad

ENTREVISTA

CANDELA VALLE MANCILLA
FUNDADORA DE MYKODE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

MYKODE nace con un enfoque integral del bienestar femenino. ¿Cómo surge este proyecto y qué necesidades detectó para impulsar una fórmula como esta?

MYKODE nace un poco de una necesidad personal. Con 40 años mi cuerpo cambió y no encontraba nada que realmente se adaptara a lo que necesitaba. A partir de ahí nace la idea de crear algo que pudiera simplificar el autocuidado de la mujer.

La empresa nace con una idea muy clara: que cuidarnos también debe ocupar un lugar en nuestra vida y no tiene que ser complicado. Por eso hemos creado una fórmula con 14 activos en un solo stick al día, en un único gesto. Al final, con un solo gesto puedes conseguir mucho y, además, es algo que puedes mantener en el tiempo, porque muchas veces tenemos 400 botes en la cocina y acabamos abandonando las rutinas. Aquí la idea es simplificar, tenerlo todo en uno y hacer que el cuidado sea algo fácil de incorporar al día a día.

Cada vez se habla más del bienestar integral y de la importancia de cuidar la salud antes de que aparezcan los pro-

blemas. ¿Cómo ha cambiado nuestra forma de entender el autocuidado y qué papel desempeña la nutrición?

Estoy muy de acuerdo con ese cambio, porque antes la salud estaba enfocada en curar cualquier patología que se tuviera. Hoy en día queremos vivir más años, pero, por supuesto, vivirlos bien y con calidad de vida.

Precisamente por eso también nace MYKODE, porque a partir de los 35 años las mujeres empezamos a notar muchos cambios progresivos y no queremos llegar a curarlos, sino evitarlos. Aunque todavía no estemos en la menopausia propiamente dicha, sí se van sucediendo una serie de cambios que se pueden ir paliando y evitando, cuidándose y adoptando hábitos saludables. Entre ellos, la suplementación.

Creo que hoy en día la suplementación está muy en boga precisamente por eso, porque no es un tratamiento para curar una patología, sino una forma de prevenirla.

Usted cuenta con más de diez años de experiencia en suplementación y nutrición. En un momento en el que existe una enorme oferta de productos, ¿qué importancia tiene que la suplementación esté respaldada por evidencia científica y responda a las necesidades reales de cada persona?

El respaldo científico es fundamental. A día de hoy hay muchísimos productos en el mercado y muchas veces estamos muy perdidos buscando qué es lo que nos puede venir bien. Por eso es fundamental que la suplementación esté avalada científicamente.

En nuestro caso, MYKODE no sola-



mente está avalada, sino que es una fórmula científicamente formulada y dirigida a acompañar a la mujer en estos cambios. Ese aval científico es determinante.

En los últimos años ha crecido el interés por la salud hormonal, la microbiota o el descanso, especialmente entre las mujeres. ¿Por qué cree que estos aspectos están adquiriendo tanta importancia y cómo están relacionados entre sí?

Precisamente ese es uno de los valores de MYKODE. Hemos reunido 14 activos cuidadosamente seleccionados en una única fórmula para cuidar la energía, el descanso, la recuperación muscular, el estado de ánimo, la digestión y el aspecto de la piel, el cabello y las uñas. Al final, todo está relacionado, porque la mujer no funciona por partes, sino en conjunto.

Se habla mucho de todo esto porque son cambios que estamos sufriendo las mujeres y que están muy relacionados con los cambios hormonales. Por eso nos centramos a partir de los 35 años, cuando empezamos a sufrir la bajada de estrógenos. Esto hace que nos afecte al descanso, tengamos más ansiedad y, al no descansar bien por la noche, nos levantemos más agotadas y con falta de energía.

Esa falta de energía hace que nuestro estado de ánimo decaiga. A su vez también influye la microbiota. Como ya se sabe, tenemos el eje intestino-cerebro y la microbiota tiene que estar bien regulada, porque además ahí se encuentra gran parte de nuestro sistema inmune. Una microbiota descuidada puede dar lugar a enfermedades. Por eso todo está relacionado.

Como digo, la mujer no funciona por partes, sino en conjunto. Y creo que ahora se habla más de todo esto porque estamos siendo más conscientes, nos estamos escuchando más y nos estamos parando a entender lo que nos está pasando.

Cada vez son más las mujeres que buscan entender mejor los cambios

que experimenta su cuerpo. ¿Cree que existe hoy una mayor conciencia sobre la importancia de cuidar la salud femenina de forma integral?

Creo que ese es uno de los principales argumentos y valores que queremos promover con MYKODE: que nos pongamos un poco más de atención.

Durante toda la vida las mujeres nos hemos dedicado a nuestra familia, al trabajo y a la casa, dejando un poco de lado ese cuidado y el mirarnos a nosotras mismas. Desde MYKODE queremos difundir que la mujer se cuide, se mire, se dedique tiempo y adopte hábitos saludables.

Queremos que sea consciente de que esos cambios que se van sucediendo, aunque sean debidos a la edad, no tienen por qué sufrirse, sino que pueden mejorarse y cuidarse para que no sean tan duros en el futuro.

Para finalizar, ¿cuáles son los próximos retos de MYKODE y qué mensaje le gustaría trasladar a las mujeres sobre la importancia de invertir en su salud y bienestar a largo plazo?

Principalmente, desde MYKODE queremos transmitir que cuidarse no es egoísmo. Durante mucho tiempo muchas mujeres hemos puesto por delante otras prioridades, y MYKODE quiere recordarles que ellas también deben ocupar un lugar importante en su propia vida. No se trata de perseguir la perfección ni de luchar contra el paso del tiempo, sino de vivir cada etapa con más conocimiento, más fuerza y más bienestar.

Nuestros objetivos no son solo que la mujer empiece a darse su sitio en el bienestar, sino también consolidarnos como una marca de referencia en bienestar femenino, seguir divulgando información rigurosa y crear una comunidad en la que las mujeres puedan aprender a cuidarse sin sentirse abrumadas. Quiero que MYKODE crezca manteniendo siempre su esencia de cercanía, honestidad, ciencia y simplificación de la rutina de cuidado.



Puerto de la Cruz, Tenerife



A MEMBER OF
THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD



HOTEL BOTÁNICO

& The Oriental Spa Garden

★★★★★ GL

TU MOMENTO



Mejor Hotel Spa
de Europa
y el Mediterráneo



GABRIEL TORRES. CEO DE KARMA

Emprender no significa no tener miedo. Significa avanzar, aprender y tomar decisiones a pesar de ese miedo

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La agencia de comunicación Karma ha sido este año finalista de los premios de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Andalucía, después de recibir el mismo reconocimiento en Almería. Gabriel Torres es su CEO y para él “supone una enorme satisfacción y, sobre todo, una confirmación de que todo el trabajo que hemos realizado durante estos años está teniendo impacto. Más allá de ganar o no ganar, llegar hasta ahí

ya es un reconocimiento al equipo, a las personas que han confiado en nosotros y a la evolución de la empresa”.

Karma está ahora inmersa en XFUEGO, “una solución que permite automatizar tareas administrativas que hasta ahora se realizaban manualmente. Por ejemplo, procesar pedidos, facturas, albaranes o previsiones mediante audios, fotografías o mensajes de WhatsApp, integrando posteriormente esa información en el sistema de gestión de cada empresa. Nues-



tra idea es sencilla: utilizar la tecnología para que las personas dejen de dedicar tiempo a introducir datos y puedan centrarse en tareas donde realmente aportan valor”.

“Emprender no significa no tener miedo. Significa avanzar, aprender y tomar decisiones a pesar de ese miedo. Emprender implica muchos momentos de incertidumbre y estos reconocimientos sirven para detenerte, mirar

atrás y darte cuenta de todo lo que se ha construido. También supone una responsabilidad: seguir creciendo, continuar innovando y demostrar que desde Almería se pueden crear proyectos tecnológicos y creativos capaces de competir a nivel nacional”, relata este joven empresario que valora “crear algo propio y tener libertad para desarrollar mis ideas. Siempre he tenido muchas inquietudes y me costaba imaginarme trabajando toda la vida dentro de una estructura en la que no pudiera tomar decisiones o probar cosas nuevas”.

Karma es actualmente una empresa consolidada con un equipo profesional y clientes importantes. Para Gabriel, una de sus motivaciones ha sido demostrar que “no era necesario marcharse de Almería para desarrollar proyectos ambiciosos. Se puede crear desde aquí, trabajar para clientes importantes y desarrollar tecnología con capacidad para llegar mucho más lejos”. Ahora buscan seguir creciendo de una forma ordenada y sostenible, consolidándose en Andalucía y expandiéndose a nivel nacional.

Emprender no es un camino fácil, pero cuando haces las cosas con pasión, compromiso y un buen equipo, todo cobra sentido

YSA MARÍN.
EL ARTE DEL BUEN VIVIR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Ysa, Nagore, Elvira, Marisela, Martina y Marta forman parte de El arte del Buen Vivir, una cooperativa de iniciativa social, finalista de los premios AJE, que se dedica a formar y acompañar a profesionales y organizaciones para humanizar la atención y el cuidado, prevenir el desgaste emocional y mejorar el bienestar de las personas. “Además, impulsamos proyectos de innovación y tecnología ética, convencidas de que el futuro del cuidado pasa por unir humanidad, ciencia y transformación social”.

“El Arte del Buen Vivir es, ante todo, un proyecto de vida. Nace de una búsqueda personal iniciada en mi infancia, desde que muere mi padre cuando yo tengo diez años, y que encontré el verdadero sentido acompañando por primera vez a una persona al final de su vida y también años antes como tanatopractora. Estas experiencias transformaron rápidamente mi forma de entender el cuidado



y me llevaron a dedicar mi vida a humanizar la manera en que acompañamos, vivimos y nos relacionamos con los demás”, relata Ysa, la CEO de esta empresa que cree que “emprender es una de las experiencias más enriquecedoras que he

vivido porque te obliga a crecer constantemente como persona y como profesional. Aprendes a adaptarte, a escuchar, a liderar y a reinventarte cada día”.

Esta comunidad de mujeres emprendedoras se encuentra ahora en una fase de consolidación y crecimiento. “Los resultados empiezan a reflejar el trabajo realizado durante este primer año. Como ocurre en los proyectos de innovación social, los inicios han requerido una importante inversión de tiempo, esfuerzo y recursos. Hemos abierto una puerta que hasta ahora estaba cerrada. Creemos que el futuro pasa por invertir mucho más en prevención, bienestar emocional y cuidado de las personas”.

“Emprender desde Andalucía demuestra que el talento, la innovación y la transformación social también nacen aquí. Creemos en generar oportunidades en nuestro territorio, crear empleo de calidad y demostrar que desde una cooperativa andaluza se pueden impulsar proyectos con proyección nacional e internacional sin perder nuestras raíces y esencia”, concluye esta emprendedora que recomienda a otros jóvenes que “encuentren un propósito que realmente les emocione y que no tengan miedo de empezar. Emprender no es un camino fácil, pero cuando haces las cosas con pasión, compromiso y un buen equipo, todo cobra sentido”.



Convertí una dificultad que había vivido personalmente en una realidad empresarial

MARCOS LUQUE.
DIRECTOR COMERCIAL -
GENDA JOB

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

“Ser finalista en los Premios AJE supone un reconocimiento muy importante, tanto a nivel personal como profesional. Detrás de Genda Job hay muchas horas de trabajo, esfuerzo, aprendizaje y momentos de incertidumbre”, cuenta Marcos Luque, el Director Comercial de esta agencia de colocación que conecta empresas con personas que buscan empleo. “Nuestro objetivo es facilitar las contrataciones, reducir el tiempo que las empresas dedican a buscar personal y acercar oportunidades laborales reales a los candidatos”.



Genda Job nació de una experiencia personal de su promotor en un momento de búsqueda de empleo. “A partir de esa necesidad decidí crear

una solución. Convertí una dificultad que había vivido personalmente en una realidad empresarial que actualmente ayuda tanto a personas que buscan empleo como a empresas que necesitan contratar. También me motivaba la posibilidad de construir un proyecto desde cero, tomar mis propias decisiones y comprobar cómo una idea podía convertirse poco a poco en una empresa real”.

Para este joven, una de las principales ventajas de emprender es “la posibilidad de desarrollar tus propias ideas, tomar decisiones y construir un proyecto alineado con tu visión. Como aspecto negativo, existe mucha incertidumbre. Los ingresos no siempre son estables, la responsabilidad es muy alta y, especialmente al principio, es necesario dedicar muchas horas. También hay que asumir errores, resolver problemas continuamente y aprender a convivir con la presión. Cuando emprendes, muchas decisiones dependen directamente de ti y no siempre existe una respuesta clara”.

Genda Job avanza para convertirse en una empresa sólida, escalable y sostenible a largo plazo, en crecimiento a nivel nacional, automatizando y digitalizando cada vez más los procesos de selección.

La Fundación Cajasol y el Sporting Club de Huelva renuevan su alianza para la temporada 2026/2027

► El club volverá a competir bajo la denominación Fundación Cajasol Sporting de Huelva, reforzando una colaboración estratégica en favor del deporte femenino andaluz

La Fundación Cajasol y el C.D. Sporting Club de Huelva han renovado su convenio de colaboración para la temporada 2026/2027, consolidando una alianza que refleja el compromiso de ambas entidades con el desarrollo del



deporte, la promoción de la igualdad y el fortalecimiento del fútbol femenino en Andalucía. El acuerdo ha sido suscrito por el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio

Pulido, y la presidenta del club onubense, Manuela Romero, dando continuidad a un proyecto conjunto que trasciende el ámbito deportivo y que apuesta por los valores de esfuerzo, trabajo en equipo, superación e inclusión que representa el deporte.

Como muestra de este compromiso renovado, el equipo volverá a competir bajo la denominación de Fundación Cajasol Sporting de Huelva, consolidando el vínculo entre ambas entidades y reforzando una colaboración que se ha convertido en una referencia dentro del deporte femenino andaluz.

Durante la firma del convenio, Antonio Pulido destacó que «para la Fundación Cajasol es una satisfacción continuar respaldando el proyecto del Sporting Club de Huelva, una entidad histórica del fútbol femenino español que comparte nuestra visión del deporte como herramienta de formación, crecimiento personal y transformación social».

Por su parte, Manuela Romero agradeció el apoyo de la Fundación Cajasol y señaló que «la renovación de este acuerdo supone un importante respaldo para la estabilidad y el crecimiento de nuestro club. Compartimos una misma visión sobre el papel del deporte en la sociedad y sobre la necesidad de seguir impulsando referentes femeninos para las nuevas generaciones».

Esta colaboración reafirma la apuesta de la Fundación Cajasol por el deporte como vehículo de educación, integración y cohesión social, al tiempo que fortalece su compromiso con el impulso del deporte femenino y con aquellas iniciativas que contribuyen al desarrollo social y deportivo de Andalucía.

Con esta nueva etapa, Fundación Cajasol Sporting de Huelva afronta la temporada 2026/2027 con el respaldo de una institución comprometida con el talento, la igualdad de oportunidades y la generación de impacto positivo en la sociedad andaluza.

Patrimonio, vanguardia y talento andaluz: tres exposiciones para disfrutar este verano en las sedes de Sevilla y Cádiz de la Fundación Cajasol

► Las muestras dedicadas a la Virgen de los Reyes, Julio González y el arte contemporáneo gaditano continúan abiertas al público con entrada libre

La Fundación Cajasol continúa impulsando una intensa programación cultural durante el verano y recuerda que permanecen abiertas al público tres destacadas propuestas expositivas en sus sedes de Sevilla y Cádiz, ofreciendo a visitantes y ciudadanos la oportunidad de acercarse a la historia, el arte y la creación contemporánea a través de proyectos de gran relevancia.

En la sede de Sevilla, los visitantes pueden disfrutar de “Per Me Reges Regnant”, dedicada a la historia, la devoción y el legado histórico-artístico vinculado a la Virgen de los Reyes, patrona de Sevilla, y de “Julio González. Forjar el vacío”, una completa aproximación a la figura de uno de los grandes renovadores de la escultura del siglo XX. Por su parte, la sede de Cádiz acoge “Universos Paralelos II”, una propuesta colectiva que reúne el talento de destacados artistas de la provincia gaditana.

Tradición y la riqueza artística en torno a la Virgen de los Reyes



La Sala Murillo de la Fundación Cajasol en Sevilla acoge hasta el próximo 29 de agosto la muestra “Per Me Reges Regnant”, organizada junto al Cabildo Catedral de Sevilla, que profundiza en la trayectoria, el fervor y el legado artístico vinculado a la Virgen de los Reyes, patrona de la ciudad.

El recorrido reúne esculturas, pinturas, piezas de orfebrería, textiles históricos y documentos que permiten conocer la evolución de su culto y la riqueza artística de su ajuar. Entre las piezas más destacadas figura el terno blanco de castillos y leones regalado por la reina Isabel II, recientemente restaurado por el Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.

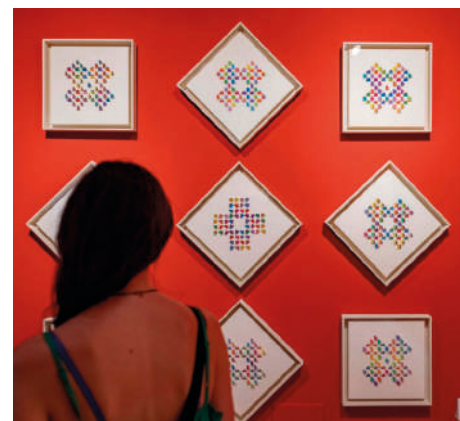
Puede visitarse de lunes a sábado, de 11.00 a 14.00 horas y de 18.00 a 21.00 horas. Domingos y festivos, cerrada. Entrada libre hasta completar aforo.

Julio González, referente de la escultura moderna

La sede sevillana de la Fundación Cajasol alberga también hasta el 12 de septiembre la exposición “Julio González. Forjar el vacío”, dedicada a uno de los artistas más influyentes del siglo XX y pionero en la renovación de la escultura moderna mediante el uso del hierro y la soldadura.

La propuesta ofrece un recorrido por la trayectoria de este creador universal, estrechamente vinculado a las vanguardias europeas y a figuras como Pablo Picasso, permitiendo descubrir una obra que transformó la concepción de la escultura contemporánea.

La propuesta expositiva puede visitarse de lunes a sábado, de 11.00 a 14.00 horas y de 18.00 a 21.00 horas. Domingos y festivos, cerrada. Entrada libre hasta completar aforo.



El talento gaditano, protagonista en Cádiz

Por su parte, la sede de la Fundación Cajasol en Cádiz, ubicada en la Plaza de San Antonio, mantiene abierta hasta el 29 de agosto la muestra “Universos Paralelos III”, una propuesta expositiva que reúne el trabajo de once artistas de la provincia de Cádiz.

La selección de obras incluye creaciones de Luis Merino, Juan Antonio Chanivet, Cándida Garbarino, Humberto Ybarra Coello de Portugal, Fermín Villaescusa, Irina Larios, Juan Vicente Gramaje, Alejandro Cuerda, Miguel Ángel Valencia, Jaime Pérez Ramos y David Maldonado, ofreciendo una mirada plural al arte contemporáneo gaditano a través de diferentes disciplinas y lenguajes artísticos que convergen en un mismo espacio de creación y diálogo.

La exposición puede visitarse de lunes a sábado, de 11.00 a 14.00 horas y de 17.00 a 21.00 horas. Domingos y festivos, cerrada. Entrada libre hasta completar aforo.

Con estas propuestas, la Fundación Cajasol reafirma su compromiso con la difusión cultural, la conservación y puesta en valor del legado artístico e histórico, así como con el apoyo a la creación contemporánea, consolidando sus sedes de Sevilla y Cádiz como espacios de referencia para el encuentro entre la cultura y la ciudadanía durante el verano.

La Fundación Cajasol refuerza su apuesta por la música con una programación que recorre Andalucía este verano



► Los ciclos celebrados en Córdoba y Huelva y las propuestas que aún continúan en Sevilla y Cádiz ponen de manifiesto el compromiso de la entidad con la difusión cultural y la creación de espacios de encuentro para la ciudadanía



La Fundación Cajasol continúa desarrollando una de sus programaciones estivales más completas y participativas, en la que la música ha ocupado un lugar destacado dentro de la oferta cultural diseñada para sus distintas sedes en Andalucía. A través de conciertos, ciclos temáticos y propuestas para públicos de todas las edades, la entidad vuelve a poner de manifiesto su firme compromiso con la promoción de la cultura y la creación de espacios de encuentro abiertos a la ciudadanía.

La música se ha consolidado un verano más como uno de los ejes centrales de la actividad de la Fundación Cajasol, con una programación plural y accesible que ha recorrido diferentes estilos y formatos, acercando el talento artístico a miles de personas y enriqueciendo la oferta cultural de las ciudades donde la entidad desarrolla su labor.

Entre las propuestas ya celebradas destaca la programación desarrollada en la sede de Córdoba, donde el ciclo 'Noches en el Quiosco' convirtió las noches de verano en un punto de encuentro para la música en di-

recto. El público pudo disfrutar de las actuaciones de Hello Adele, tributo a la reconocida artista británica; The Donelles, con su característico sonido inspirado en la música vocal de los años cincuenta y sesenta; y Onfive, formación que llevó al escenario una cuidada propuesta de soul & blues.

También ha concluido la programación musical de la sede de Huelva, donde el ciclo 'Los Jueves en la Calle' volvió a llenar de música y ambiente cultural el entorno de la Fundación. Esta edición contó con las ac-



tuaciones de Poncho K, The Blues Shake Machine, Nya de la Rubia y Malevaje, artistas y formaciones que ofrecieron un recorrido por distintas sensibilidades musicales, desde la canción de autor al blues, pasando por las nuevas tendencias urbanas y los sonidos vinculados a la tradición popular.

Tras el éxito de estas propuestas en Córdoba y Huelva, la programación musical de verano de la Fundación Cajasol continúa ahora en las sedes de Sevilla y Cádiz, donde aún quedan importantes citas por celebrarse durante los meses de agosto y septiembre.

En Sevilla, el ciclo 'Noches de Verano en Cajasol' sigue llenando de cultura el emblemático patio de la Fundación con una propuesta que combina música, teatro y actividades participativas. Después de las actuaciones de Asere, el tributo a Michael Jackson, Luitingo, el homenaje de Pájaro a Silvio y el espectáculo de humor de José Luis Calero, la programación encara su recta final con varias citas destacadas: el concierto Hello Adele, el próximo 6 de agosto; la representación teatral Pijama para seis, el 13 de agosto; la Noche de Swing, el 20 de agosto, que incluirá la actuación de The Choco's Hot Seven junto a una masterclass de baile impartida por Sevilla Swing Dance; el espectáculo Hola Raffaella, homenaje a Raffaella Carrà, el 27 de agosto; y el concierto de Los Saxos del Averno, que pondrá el broche final al ciclo el próximo 3 de septiembre.

Por su parte, la sede de Cádiz mantiene activa una cuidada programación musical a través de dos ciclos de referencia. Dentro del Estival Flamenco, aún está prevista la actuación de Rafael de Utrera el próximo 6 de agosto, una cita que refuerza la presencia del flamenco en la programación cultural de la Fundación. Asimismo, el ciclo 'Las Noches en la Azotea' continuará durante las próximas semanas con los conciertos de Manuel Caña (18 de agosto), La Manuela (25 de agosto) y Calet (1 de septiembre), ofreciendo al público nuevas oportunidades para disfrutar de la música en directo en un entorno único.

Con esta programación, la Fundación Cajasol vuelve a demostrar su compromiso con la difusión de la cultura y, de manera especial, con la puesta en valor de la música como herramienta de convivencia, participación y enriquecimiento social. Una apuesta que trasciende la mera programación de espectáculos para convertirse en una firme línea de actuación cultural, capaz de generar experiencias compartidas, impulsar el talento artístico y acercar propuestas de calidad a públicos diversos en todo el territorio andaluz.

Durante este verano de 2026, las sedes de la Fundación vuelven a convertirse en espacios abiertos a la creación, el disfrute y el encuentro ciudadano, confirmando el papel de la música como uno de los grandes motores culturales de la entidad y como una de las señas de identidad de su compromiso con Andalucía.

AGENDA SEPTIEMBRE

1 Sept.

- Presstrip internacional "Taste of Spain". Sevilla y Cádiz.
- Feria SMM - participación agrupada Cámara de Comercio de Cádiz. Hamburg Messe und Congress, Hamburgo.

4 Sept.

- Presstrip Michelle Arrouas. Córdoba, Sevilla y Algeciras.

9 Sept.

- Nueva Ley de Movilidad Sostenible: marco normativo y aplicación práctica en el entorno laboral CEA - Sevilla TechPark.
- XXXVII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2026 Facultad de Marketing y Gestión - Universidad de Málaga.

10 Sept.

- Famtrip de agentes de viajes de China por Andalucía. Málaga, Córdoba, Úbeda, Baeza y Jaén.

13 Sept.

- Misión Comercial a Senegal y Cabo Verde - Cámara de Comercio de Sevilla. Dakar y Praia.

14 Sept.

- Auténtica Premium Food 2026. FIBES - Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla.

15 Sept.

- Greencities 2026. FYCMA - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.
- VI Congreso Smart City RECI FYCMA - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.
- Técnicas de negociación profesional I - CEA. Sede CEA / Sevilla TechPark.

16 Sept.

- Expo Congreso de Juego Luis Escribano. Palacio de Congresos y Exposiciones de la Costa del Sol. Málaga.
- Uso de Excel con IA aplicado a RRHH II - CEA. Online - CEA.

18 Sept.

- Postour Mercados Europeos Córdoba Slowly. Córdoba.

20 Sept.

- ECOC2026 - European Conference on Optical Communication. FYCMA - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

21 Sept.

- Famtrip de agentes MICE - OET Cantón. Sevilla.

22 Sept.

- I Encuentro de Emprendimiento, Educación y Juegos de Rol de Sevilla - Sevilla Rol Week Parque La Ranilla / Universidad de Sevilla.

24 Sept.

- The Covered Bond Congress 2026. FIBES - Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla.
- Foro Económico Global de Fotónica - GPEF2026 FYCMA - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

25 Sept.

- 31º Congreso Nacional de Transporte Público Urbano y Metropolitano. FIBES II - Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla.
- Tierra Adentro - XXIV Feria Internacional de Turismo, Deporte y Aventura de Andalucía IFEJA - Palacio de Ferias y Congresos de Jaén.
- Ibercaza - Feria de la Caza y la Pesca de la Provincia de Jaén. IFEJA - Palacio de Ferias y Congresos de Jaén.

26 Sept.

- UHU Rueda 2026 - III Festival de Cine Express Microsala, Edificio Zenobia Camprubí - Universidad de Huelva.

29 Sept.

- Presstrip Oleoturismo en Jaén Málaga y provincia de Jaén.
- Habilidades de comunicación - CEA. Online - CEA.

Si quiere que su evento aparezca en nuestra agenda, mándenos la información al email:
redaccion@tribunadeandalucia.es