



Manuel Parejo: "La economía mundial, generalizando, podría empezar a mejorar a lo largo del próximo año" P20



Manuel Romero Cárdenas: "'Todo está en Bormujos' el lema de la campaña navideña de apoyo al comercio local" **P25** 



Manuel Benjumea: "El espíritu de la Navidad más vivo que nunca" **P34** 

### Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

DICIEMBRE MMXXII | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES



### **NUEVA ECONOMÍA**

Alberto Fuentes.
Economista y
financiero.
Ante la incertidumbre,
Consejo de Administración
hasta para las pequeñas P11

Antonio Rivero Onorato. Periodista. Director de Grayling en Andalucía.

Cuando la innovación vuela y une P12

Pedro Jiménez.
Abogado. Socio de
Vrivm Legal SLP.
No solo es Andalucía, Europa
también sale en defensa de la
minería metálica P14

Mª José Andrade Alonso. Directora de Mujeres Valientes. El pequeño comercio... Los "Reyes Magos" de la economía P15

Manuel Alejandro Cardenete. Catedrático de economía. Universidad Loyola. No puedo pagar mi hipoteca P16



La federación andaluza de mujeres empresarias entrega la IV edición de sus premios P4

ESPECIAL NAVIDAD

Andalucía pierde 630 autónomos en noviembre P8

Cerca de 400 participantes en los talleres de Cámaras de Comercio y Junta para impulsar el emprendimiento innovador y tecnológico P10



La patronal de las empresas digitales malagueñas aprueba en su Asamblea General Fundacional la presidencia de Ricardo Nandwani P58



Antonio Pulido, Académico de Honor de la Real Academia de Ciencias, Bellas Letras y Nobles Artes de Córdoba P62 2 Tribuna de Andalucía | EN PORTADA Diciembre 2022





### **ENTREVISTA**

### CECILIA ORTIZ CARRASCO

DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA Estamos a finales de año y es buen momento para hacer balance de lo que ha supuesto este año para el comercio en Andalucía.

Este año ha sido especialmente complicado a nivel mundial, ya que la crisis económica que no ha terminado de cerrarse aparejada a la pandemia del COVID; la escasez de determinadas materias primas derivada de la invasión de Ucrania por parte de Rusia; y la espiral inflacionista motivada principalmente por este conflicto bélico, han hecho saltar por los aires los cimientos de las economías de medio mundo; y el comercio, como sector estratégico de nuestra economía, se ve directamente afectado por todas estas circunstancias adversas.

Pese a ello, y según los últimos datos publicados de la Contabilidad Trimestral de Andalucía, para el tercer trimestre de 2022, la economía andaluza registró un crecimiento del 3,9 %, respecto al mismo periodo del año anterior. Centrándonos en el sector ser-

### Cecilia Ortiz Carrasco: "Nuevas ayudas públicas para el comercio antes de final de año"

vicios éste presenta una tasa de crecimiento del 4,7 %, y dentro de él, el subsector que representa al comercio, transporte y hostelería, registró un crecimiento interanual positivo del 13,1%.

Si nos centramos en la percepción que tienen las personas comerciantes de la situación actual, el 15,6% de los establecimientos en Andalucía son optimistas sobre la marcha de su negocio, mientras que el 30,8% son pesimistas, resultando un balance de expectativas (diferencia entre las opiniones favorables y desfavorables) de 15,2 puntos negativos.

Por tanto, pese a la dificil situación de la economía mundial y que está afectando directamente al consumo y por tanto al sector comercial, podríamos decir que hay atisbos de recuperación y de mejora en el sector.

Muchos comerciantes ven estas fechas navideñas como la solución para cuadrar su cuenta de resultados anual. ¿Cómo está siendo la campaña navideña?

Según datos del IECA, el índice de ventas de Comercio al por menor en Andalucía en los tres últimos meses de los que se disponen datos, sigue una tendencia ascendente, teniendo en octubre una tasa de variación positiva de 0,84% respecto al mes anterior, y de 0,41% respecto al mismo mes del 2021. Por tanto, las cifras son esperanzadoras y los comerciantes andaluces están poniendo todo su empeño y esperanza en la campaña navideña, que concentra el 20% del grueso de ventas anuales. La previsión es que las tiendas físicas recuperen su relevancia previa a la pandemia en esta campaña comercial que ya se ha iniciado.

Desde la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo autónomo, a la que pertenece su departamento, ya se han anunciado ayudas para el comercio. ¿Cuándo van a llegar y en qué van a consistir?

Desde la Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía vamos a seguir apoyando y apostando por el sector comercial andaluz con varias líneas de ayudas e incentivos. Tres de ellas, serán convocadas antes de que finalice este año.

Las primeras irán dirigidas a las asociaciones representativas del sector comercial y contarán con 1,9 millones de euros, con el objeto de financiar actuaciones que contribuyan a promover el asociacionismo y a fortalecer las relaciones de cooperación entre las empresas comerciales, tales como jornadas, talleres, campañas de sensibilización e información, estudios sectoriales, etc. También se financiarán actuaciones de dinamización y promoción del comercio minorista, cuyo objetivo sea incrementar las ventas y atraer



ΓΓ

Las cifras son esperanzadoras y los comerciantes andaluces están poniendo todo su empeño y esperanza en la campaña navideña, que concentra el 20% del grueso de ventas anuales

nuevas personas consumidoras a las áreas comerciales, mercados de abastos o mercadillos ambulantes, tales como campañas de incentivación del consumo, que incluyan el reparto de bonos consumo, por ejemplo, actuaciones de animación en la calle, o de fidelización de la clientela, entre otras.

También en breve se publicará la convocatoria de una línea de subvenciones dirigidas a la financiación del programa de modernización del Comercio: Fondo tecnológico, con cargo a los fondos del Mecanismo para la Recuperación y la Resiliencia (MRR), por un importe total de 8,1 millones de euros dirigidas a pymes comerciales y a asociaciones de comerciantes.

Estas ayudas se concederán por la modalidad de concurrencia no competitiva y en ellas se adelantará el 100% del gasto, irán dirigidas a proyectos de nuevas tecnologías dirigidos a mejorar diferentes áreas de la estrategia comercial en línea y de comunicación, del modelo de negocio y de la experiencia de compra; proyectos tecnológicos para la transformación del espacio físico de venta dirigidos tanto a las nuevas necesidades y hábitos de los consumidores como a nuevos modelos de gestión; proyectos de soluciones TIC para mejorar la eficiencia, sostenibilidad de la entrega de última milla, en la cadena de suministro, trazabilidad y la economía circular; y proyectos de aplicación de soluciones tecnológicas que permitan a los establecimientos comerciales mejorar la eficiencia en el consumo energético.

Y también antes de que termine diciembre se publicará una convocatoria que dará continuidad a las subvenciones específicamente dirigidas a los Ayuntamientos, y que financiarán desde una perspectiva amplia la mejora del espacio público destinado a la actividad comercial, ya sea en los centros urbanos, la mejora de los equipamientos de los mercados municipales de abastos o bien los espacios destinados al comercio ambulante. También se financiará a través de esta línea de ayudas la elaboración de herramientas de planificación estratégica del comercio.

La ampliación de los horarios en el sector comercial es una reivindicación de algunos ayuntamientos y centros comerciales, sin embargo no todo el sector comercial está de acuerdo con esta ampliación. ¿Cómo se pueden arbitrar las distintas posturas?

Hoy en día, y como consecuencia de los cambios en los hábitos de consumo y la globalización de los mercados, quizás el debate no esté tanto en la libertad horaria, y por tanto entre los distintos formatos comerciales físicos, esto es entre "los grandes y los pequeños", sino entre lo presencial y lo "on line". El e-commerce está abierto 24 horas al día, los 7 días de la semana, 365 días del año, y es ahí donde radica la gran diferencia. Por eso, el comercio físico debe buscar un nuevo posicionamiento en el mercado global, se reinvente, innove y ofrezca ese valor añadido y diferencial que haga que los consumidores opten por ir a las tiendas físicas.

Centrándonos más en el tema de los horarios comerciales, le diré que hay ciertos comercios que tienen libertad horaria durante todo el año, es decir pueden abrir siempre que quieran, entre los que se encuentran los menores de 300 metros cuadrados. Sin embargo, todos los demás están sujetos al régimen general de horarios y sólo pueden abrir aquellos domingos y festivos que están autorizados en el calendario anual.

Al margen de esto, la normativa básica estatal contempla otra excepción, las zonas de gran afluencia turística, que establecen que, en determinados municipios con determinadas características de afluencia turística,



para responder a ese aumento de la demanda comercial, todos los establecimientos comerciales situados en las zonas y períodos establecidos, tienen libertad horaria. Sólo en este supuesto excepcional, -y recalco, establecido por una normativa estatal-, los grandes formatos comerciales tienen dicha libertad de apertura de sus establecimientos.

Esta norma es de obligado cumplimiento, y en su aplicación, el diálogo entre administración local y regional es fundamental, para aplicarla de manera correcta y más favorable para el sector comercial y las personas consumidoras. El Consejo Andaluz de Comercio, en este sentido, tiene un papel fundamental para compartir y debatir cuestiones como esta, ayudándonos a todos a comprender y adoptar posiciones acordes a lo que marca la legislación.

A veces el problema del comercio de proximidad es la dificultad que tiene para acceder a las ayudas y a la formación en temas tan importantes como el e-commerce o la ciberseguridad. ¿Qué herramientas se están poniendo a su alcance para reducir esta brecha?

La principal herramienta con la que va a contar la Administración andaluza, y en la que ya se está trabajando, es el VII Plan Integral de Comercio 2023-2026, un instrumento de planificación estratégica que estará encaminado a implementar el nuevo modelo comercial que surge tras la pandemia por el COVID, caracterizado por el auge del comercio on line, la necesaria digitalización de los comercios, las nuevas formas de relacionarse y de consumir de las personas, la modificación de los hábitos de compra y la creciente globalización de los mercados.

En la actualidad, las tecnologías de la información y la comunicación juegan un papel esencial, en la medida en que han permitido orientar los negocios hacia lo digital. La penetración de internet y el boom del e-Commerce, han provocado que los comercios físicos tengan que competir con las tiendas online, que no sólo están siempre abiertas. sino que además pueden ofrecer un stock más amplio y a un precio más competitivo. La transformación digital es una nueva forma de entender el comercio, que va más allá de la introducción de la tecnología y el uso de herramientas digitales en la empresa. Hace referencia a adaptar los procesos empresariales, crear una nueva cultura organizativa más innovadora y una nuevo modelo de hacer las cosas para tratar de aprovechar las nuevas

oportunidades que ofrece el actual contexto digital.

Sin embargo, en las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas su uso no está generalizado y cada vez es más necesario la incorporación de la tecnología a sus estrategias de negocio para aumentar la productividad y eficiencia. Por ello, desde la consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo se va a seguir apostando por la implantación de las distintas herramientas tecnológicas en los comercios andaluces a través de ayudas, como las comentadas anteriormente, y también por la formación de los comerciantes.

"Estamos trabajando en el VII Plan Integral de Comercio 2023-2026, un instrumento de planificación estratégica que estará encaminado a implementar el nuevo modelo comercial"

Entendemos que la digitalización tiene que ser una fuente de oportunidades y no una brecha. Por eso, es ahora cuando los comerciantes y las administraciones debemos tomar conciencia, en estos momentos difíciles, de la importancia de la colaboración y de la cooperación para conseguir que nuestros comercios den respuesta a lo que la sociedad demanda: un comercio próximo, profesional y rentable que sea capaz de competir en igualdad con las grandes plataformas de Internet.

Entre todos tenemos que impulsar la digitalización de las empresas, la formación y capacitación de nuevos perfiles profesionales, para incorporar el mayor número posible de comercios y personas a la era digital. Pero todo ello, sin perder su esencia: es decir, que ni deje pasar oportunidades, ni olvide sus raíces, su idiosincrasia o su relevante papel social.

4 Tribuna de Andalucía | ACTUALIDAD Diciembre 2022



a Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME) ha celebrado la IV edición de los Premios " EMPRESARIAS AN-DALUZAS 2022 ", que pretenden promover el reconocimiento social de la figura de la empresaria, divulgar el desempeño de su labor, crear modelos referentes y visibilizar su contribución al desarrollo económico y social de nuestra Comunidad autónoma, en el marco de un tejido productivo integrado mayoritariamente por pequeñas, medianas empresas y personas autónomas, que representan más del 97% de las empresas andaluzas, casi dos terceras partes del PIB, y sostienen el 75% del empleo.

En la categoría de trayectoria empresarial la galardonada ha sido Virginia Calvo Gómez de Giants Gaming, empresa que bajo su dirección se ha consolidado como el club de esports más laureado de España, con medio centenar de títulos. Virginia Calvo es la primera mujer directiva en la industria del videojuego en España y es además, de CEO de Giants Gaming Esports, propietaria de Atlas Informática, empresa dedicada al diseño, fabricación, logística y distribución tanto nacional como internacional de software para la creación de productos gaming innovadores que cuenta con una tienda online multimarca: Versus Gamers.

La empresaria es cofundadora de la Asociación de Clubes de Esports (ACE), que nace para

### La federación andaluza de mujeres empresarias entrega la IV edición de sus premios





dotar de sostenibilidad y equidad al mundo de las competiciones digitales y, socia de la Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales de la provincia de Málaga





(AMUPEMA).

En la categoría de empresaria del medio rural el premio ha correspondido a Begoña Romero hita, gerente y administradora de





TransFrutalla y a Santiaga Sánchez Porcel del Cortijo El Ciruelo.

TransFrutalla es una empresa familiar del sector agroalimentario con más de 60 años de experiencia. La gestión de Romero Hita, al frente de la empresa familiar desde hace dieciséis años, se ha caracterizado por el crecimiento, la apuesta por la calidad y la variedad del producto, convirtiéndose en empresa líder del sector de la distribución en la provincia de Cádiz.

Cortijo El Ciruelo, de la mano de Sánchez Porcel, en 2011 inscribe toda su explotación en ecológico. En 2013, amplía su actividad, embarcándose en un proyecto de ecoagroturismo: "las rutas de Santiaga", en la que además de mostrar el buen hacer diario de su explotación ecológica, también enseña el rico patrimonio cultural, natural, turístico y gastronómico de su comarca.

En la categoría de Proyecto emprendedor el galardón ha sido para Yolima Puentes Osorio-Duponte CEO de una empresa innovadora, Duponte, que ha desarrollado diferentes productos tecnológicos y farmacogenómicos, entre los cuáles se destaca Matchgénica una plataforma de análisis genómico a un click y con el mayor grado de evidencia científica, que abre la posibilidad de creación de una metodología que desarrolla kit farmacogenómicos.

Duponte ha sido seleccionada en el 2021 por el programa Scale Up, como una de las 10 empresas más innovadoras de Andalucía; en este año, por el programa Minerva, como un proyecto escalable para acelerar y, también en 2022, ganó el reto eDea de Pfizer brindando a través de Matchgénica, una solución para mejorar la adherencia de pacientes crónicos.

La federación Andaluza de Mujeres Empresarias ha reconocido también a Mabel Díaz Orta por su trayectoria directiva.

Es directora general de Cash Lepe SL, empresa onubense que comercializa la marca "Supermercados el Jamón" que, con su gestión, ha tenido una gran expansión pasando de 71 establecimientos a 257 y, de una plantilla de 700 personas, en el año 2000, a la actual compuesta por 3.600 trabajadores y trabajadoras, lo que ha posicionado a Supermercados el Jamón como una de las insignias del retail más importantes en España.

La Sra. Diaz Orta es vicepresidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA).

El acto de entrega en la Fundación Cajasol de Sevilla, presidido por la presidenta de la FAME, Ana Alonso, ha contado con la presencia de más de 250 personas y numerosas autoridades entre las que se encontraban el Consejero de Presidencia, Antonio Sanz, el Presidente de la CEA, Javier González de Lara y el Presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido entre otras autoridades.

ste 2022 prometimos ser optimistas. Buenos y optimistas. Comenzábamos el año con buenos propósitos y especialmente esperanzados tras dos años donde la pandemia asfixiaba a nuestra gente y nuestra economía. Veíamos la luz al final del túnel y asegurábamos que la felicidad nos esperaba ahí. ¡Cuán errados estábamos! Guerra, inflación desorbitada, escasez de productos... eso nos regalaba el 2022, pero ese no es el tema que nos ocupa, porque todos conocemos bien los sinsabores y desgracias a las que nos hemos enfrentado.

Aún recuerdo aquellos momentos de encierro donde asegurábamos que la pandemia nos iba a hacer mejores, que cuando volviéramos a hacer nuestras las calles seríamos todo bondad y buenas intenciones. Luego nos excusamos en las restricciones, en las dificultades económicas... y así sucesivamente. Realmente nos excusábamos en el contexto (nadie duda que era duro), para seguir siendo seres egoístas y "malcriados", no solo no habíamos salido mejores personas después del covid, sino que habíamos salido siendo la peor versión de nosotros mismos en muchos casos.

Estamos viviendo una realidad marcada por el odio, el desprecio, el rencor, la batalla permanente. Y esto no sucede

### Concordia

solo en el ámbito empresarial, más habituado a momentos de tensión. Sin ir más lejos, el Congreso de los Diputados, el lugar de la democracia y la política, se ha convertido en espacio que se asemeja más a un circo de los horrores donde los insultos más variopintos y las subidas de tono forman parte de la jerga diaria. Lo dicho, hasta en el lugar "más sagrado" de la democracia. Aquellos que hemos elegido para que nos representen, y a los cuales pagamos, hacen uso con normalidad de la verborrea más descalificativa en el lugar del que deben emanar las leyes que mejoren nuestra vida. Donde la educación no debe ser una opción, se opta por lo vulgar. Nada que añadir.

Sin embargo, no es el único lugar marcado por las trincheras y los balazos. Organizaciones empresariales, empresarios, jefes, empleados... Odio y crispación es lo que respiramos. También en lo personal. Estamos enfadados con el mundo, con nuestra gente, con los desconocidos. Recurrimos a la crítica ajena como tema central de nuestras conversaciones, descalifi-

cando a todo aquel que no piensa como nosotros sin si quiera hacer una autocrítica acerca de en qué fallamos nosotros. Mientras escribo este editorial en una cafetería, la mesa colindante se encuentra en medio de una profunda discusión en la que la ofensa constante parece ser la protagonista.

Todo bañado por el odio, todas las esferas de nuestra vida envenenadas. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí? ¿En qué punto de la vida nos corrompimos de esta manera? ¿Cuándo creímos que, para subir más alto, hay que aplastar y hundir a los demás? ¿Por qué el odio y la guerra permanente se han quedado como habituales en nuestro día a día?

No es posible construir una sociedad próspera con este proceder, no podemos relacionarnos con la discordia y el rencor como punto de partida. ¿Cómo tenemos la desfachatez de decirle a nuestros hijos que deben ser educados y buenas personas si luego nosotros somos todo lo contrario en cualquier ámbito? La tolerancia y el respeto no pueden ser una alternativa sino una obligación ética y moral.

"La Concordia fue posible", es lo que puede leerse en la lápida de Adolfo Suárez. No, ex presidente, no ha sido posible.

Montserrat Hernández Directora de Tribuna de Andalucía

### No hay nada nuevo bajo la Inflación

l dicho tan popular como que no hay nada nuevo bajo el Sol, como bien saben, es una realidad. Y que el ser humano es el único animal que tropieza con la misma rama, tres cuarto de lo mismo.

Llevamos arrastrando casi un año y medio o mas la subida de la inflación, que inicialmente, como es conocido, nace de la pandemia, al aumentar la demanda; la crisis de suministros; para seguir alimentándose con la crisis energética, que no es nueva de este año; para rematarse con el inicio de la guerra de Ucrania. En fin, una causa tras otra... qué será lo que nos deparará el 2023...

Pues como decía, la inflación es un fenómeno que no es nuevo, y ha habido muchas a lo largo de la Historia. Ahora bien, ¿influye en el devenir de la Historia? Un ejemplo es la hiperinflación alemana tras la Gran Guerra, que desemboca en la Segunda Guerra Mundial.

Pero ¿y si vamos más atrás en el tiempo? Cogemos nuestra máquina del tiempo que nos llevará a la Antigua Roma.

La riqueza de Roma se fundamentaba en cuatro pilares: era una sociedad esclavista, mano de obra barata; las conquistas, que llenaban de botín las arcas públicas; su comercio, de ahí sus buenas calzadas para fomentar el tráfico entre las ciudades; y su carácter urbano.

Año 33, primer rescate de la Historia. El efectivo había desaparecido, al haber una gran demanda y poca oferta de metálico, lo que provocó que se acaparara los denarios, la principal moneda en circulación. con un 95% de plata en su aleación, y los aúreos, ídem de aleación, pero de oro. El emperador Tiberio tuvo que intervenir, en plan BCE, entregando 25.000 denarios a fondo perdido (un fortunón en aquella época), para reactivar el tráfico metálico y transmitir confianza en el sistema. El primer susto financiero en sus 733 años de existencia.

### OPINIÓN JAVIER BENÍTEZ LÁZARO CEO & FOUNDER GLOBOTUR

El Imperio sigue creciendo hasta ser el más grande de su época. Un Imperio tan grande supone muchos gastos militares, para guardar las fronteras; burocráticos, al incrementarse la masa de funcionarios; sociales, para ser visto con buenos ojos del pueblo, panis et circus; etc.

Con la llegada del emperador Caracalla, en el año 211, ya había entrado el Imperio en una espiral inflacionista. ¿Qué hacer? ¿Lo correcto? Contener el gasto público que año a año se iba incrementando mientras la recaudación no subía para sustentarlo, o ¿lo "políticamente correcto"? Incrementar el gasto público, subiendo a los funcionarios, perdón, legionarios, en un 50% su salario (imagínense que le suban a uno el sueldo de golpe un 50%, a ver quien va a decir que no v qué Estado lo puede soportar); gastarse un pastizal en unos nuevos baños públicos, para así contentar a la población oriunda de Roma capital; comprar la paz con las tribus alamanes, con las que Roma llevaba en guerra decenios; y claro...a más gasto, es necesario más tributos, más tributos, más recaudadores...perdón, funcionarios.

- Prefecto, en la cartera no tengo ni un duro, ¿qué voy a hacer ahora *Bolanux*?

- Extiende la ciudadanía romana a todos los hombres libres del Imperio y así incrementarás el número de contribuyentes.
  - ¡Ostras! Pues no había caído
  - Ya ves

Así que en el año 212, Caracalla promulga la *Constitutio Antonina* o Edicto de Caracalla, por el cual todo hombre libre era automáticamente ciudadano romano, y por tanto, contribuyente. La ciudadanía romana

no se regalaba, te lo tenías que currar. Ser ciudadano romano suponía ser un ciudadano de primera...y contribuyente; luego venía los provinciales, hombres libres no ciudadanos...y no contribuyentes pero que pagaban impuestos indirectos, tasas sobre productos, el iva de la época; y luego, les seguía una gran masa de esclavos y pueblos sometidos, los *dediticii*.

La idea, equiparar la ciudadanía de primera clase al mundo mundial, pues, oye, al primer golpe, era una buena idea. Ahora bien, hay que tener en cuenta que en la sociedad romana había una minoría de ricos y una amplia mayoría de rentas bajas, por lo que provocó que fueran aún más pobres, ya que tributaban el doble

- Compadre, antes recibíamos pan y circo, y ahora solo impuestos, impuestos, impuestos....

- ¡Con Vespasiano vivíamos mejor!

En definitiva, aumento la presión fiscal para recaudar más ya que no paro de gastar... clavao ahora. Pues claro, llega un momento que la fuente se va secando, entonces se me ocurre otra idea...voy aumentar el metálico en circulación...el denario tiene un 95% de plata en su aleación, ¿no?...¡eso es mucho! Vamos a bajarla al 50%.

Al perder la moneda su valor, los precios se incrementaron, y empezó la escalada inflacionista, que llegó en el siglo III de nuestra era al 1000 %.

Y aquí entra en juego los funcionarios mosqueados con *loriga segmentata*, los legionarios, que de bajar mi salario ni lo sueñes chaval, por lo que cada Legión elegía a su emperador, una vez que Caracalla desapareció.

Siguieron 50 años de inestabilidad, con un sinfin de emperadores, que duraban en el cargo ni un telediario.

Con la llegada de la anarquía militar (250-300 d.C), consecuencias:

- 1°. Destrucción de las ciudades, la gente se muda al campo para estar más segura.
  - 2°. No hay ciudades, no hay comercio.
- 3°. Ya no hay conquistas, porque están en permanente guerra civil.
- 4º. Los esclavos, donde se asentaba la mano de obra, escaseaba al no haber guerras de conquistas, por lo que la energía de la época se encareció una barbaridad.

Se pasa pues de una economía mercantilista a uno de mercado negro, donde el trueque es la forma de comerciar, ya que la moneda no valía ni un céntimo.

Diocleciano, a finales de siglo III, se impone a otros coleguillas imperatores y se proclama *Imperator tutis orbi*s. Dijo...esto no puede ser, y divide el Imperio en una tetrarquía, una cogobernanza, palabra tan de moda actualmente. Y aunque le dio una estabilidad al Imperio que hizo que durase 176 años más en Occidente y 1153 años en Oriente, ayudó en mucho a la inflación, al fijar los precios de los productos, que, bajo pena de muerte, no podían ser cambiados a lo marcado por el Estado. Consecuencia: el comercio se paralizó, el mercado negro prosperó, las ciudades se despoblaron, la economía se hundió más, y de la recaudación ni hablamos.

Así fue como el mayor Imperio de su época, que tardó en forjarse más de 900 años, desapareció en menos de 200 años.

"Sólo se puede destruir a una gran nación cuando ella misma se ha destruido interiormente." – Cicerón

No sabes que razón tienes Cicerón.

### Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía Secretaria de gerencias: Tamara Domínguez

Edición: Grupo de Comunicación TDC S.L.

Directora: Montserrat Hernández

Delegada: Celia Díaz

ecretaria de gerencias: Tamara Domínguez

Marketing y Tecnología: La Pepa Studio

Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: direccion@tribunadeandalucia.es redaccion@tribunadeandalucia.es publicidad@tribunadeandalucia.es

> *nº 11* | Depósito Legal: SE 321-2022 Imprime: BERMONT



# CEA y Junta de Andalucía avanzan hacia un modelo de "cogobernanza" en la gestión del Turismo

- ▶ El otoño ha estado marcado por la ronda de contactos con representantes del sector en todas las provincias andaluzas, en el marco de las acciones del Consejo de Turismo de CEA y la Consejería
- ▶ Crecer en conectividad, en la complementariedad de sectores y en la formación de los trabajadores destacan entre los propósitos conjuntos tras la toma de temperatura de un sector estratégico. Su objetivo: fortalecer la escucha activa y la colaboración para el impulso del Turismo en la XII legislatura

a Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía han presentado este miércoles en Málaga la estrategia de "cogobernabilidad" en la gestión del Turis-

mo. Tal es el resultado de las mesas de trabajo de CEA y la Consejería desarrolladas este otoño en las ocho Organizaciones Territoriales de la Confederación con representantes del sector de todas las provincias andaluzas. Lideradas por el presidente del Consejo de Turismo de CEA, José Carlos Escribano, y por

la secretaria general para el Turismo de la Junta, Yolanda de Aguilar, han supuesto "una excepcional toma de temperatura, de escucha activa y con el compromiso de pasar a la acción" con la que pulsar las necesidades y prioridades de empresas y profesionales del Turismo andaluz en toda la región.

En total, han sido cerca de 160 los profesionales participantes en estas mesas de trabajo; empresarios y representantes de asociaciones de hoteleros, hosteleros, guías y agencias de viajes. Todos ellos agentes decisivos del sector, a cuyos debates han sido invitados diputaciones, ayuntamientos, pa-

tronatos, universidades, puertos y aeropuertos.

Son cinco los grandes ámbitos de actuación en los que. según han descrito Escribano y De Aguilar, han de redoblarse los esfuerzos y la colaboración entre el tejido productivo y la Junta de Andalucía: conectividad (aérea, ferroviaria v terrestre): diversificación y complementariedad de la oferta andaluza como ventaja competitiva; profesionalización (ahondando en la formación de las plantillas para crecer en la mano de obra cualificada que demanda el sector); legislación (creciendo en la simplificación de los procedimientos administrativos y en las líneas de incentivos); sostenibili-



dad integral (ambiental, social y económica); innovación (apuesta por la digitalización en todos los ámbitos); y, en conclusión, articulación de la "cogobernabilidad" en el Turismo, con el desarrollo conjunto de un Plan de Acción, con un seguimiento continuado desde mesas territoriales y con el impulso del Consejo de Turismo de CEA.

### "Sociedad civil organizada, con voluntad de sumar"

En su intervención, el presidente de CEA, Javier González de Lara, ha querido destacar cómo "la vocación real de una escucha activa y comprometida por parte de la Administración, en este caso de la Consejería de Turismo, encuentra como respuesta una sociedad civil organizada, con "hambre" de aportar; con voluntad de sumar. Así trabajamos los empresarios andaluces: convencidos de que las sinergias y las alianzas son constructivas para el futuro de Andalucía y de que su gobernanza será más sólida y prometedora desde la escucha e implicando a



los propios andaluces; a la sociedad civil y, como parte esencial de la misma, al tejido productivo, a empresas, pymes y autónomos".

González de Lara ha enfatizado que este "análisis compartido
del Turismo andaluz, entre empresarios y Administración, se pone
sobre la mesa en un momento
propicio para pasar a la acción. A
pesar del contexto de incertidumbre geopolítica, no es menos decisiva la estabilidad de la que goza
Andalucía, con presupuestos para
2023 y con avances en simplifi-

cación administrativa que atraen la inversión. Tenemos un marco de seguridad jurídica con el que esta puede ser la legislatura que impulse al Turismo andaluz hasta cotas inéditas".

Por su parte, el consejero de Turismo, Deporte y Cultura, Arturo Bernal, ha considerado que con la integración del sector empresarial andaluz en la gestión del Turismo se abre "una etapa que va mucho más allá de la mera colaboración, una nueva relación público-privada que se establece desde

el firme convencimiento de que los empresarios de la Comunidad son parte fundamental en el desarrollo del Turismo en el presente, pero también deben serlo en su planificación para el futuro".

Bernal ha destacado que las empresas turísticas andaluzas "han sido un ejemplo" en su reacción tras la pandemia, un hecho que "demuestra el buen hacer de los empresarios, su conocimiento del mercado y su clara intención de contribuir a la generación de beneficios y prosperidad a Andalucía".

Por estos motivos, ha manifestado que se hacía "más necesario que nunca no solo escucharlos, sino hacerlos realmente partícipes de la gestión turística e implicarlos en la toma de decisión en un grado que hasta ahora no se había alcanzado".

CEA es la organización empresarial de referencia en Andalucía, donde representa a más de 180.000 empresas y a 750 organizaciones territoriales y sectoriales. Su capilaridad en todas las provincias andaluzas es posible gracias a la Confederación Empresarial de la Provincia de Almería (Asempal); la Confederación de Empresarios de la Provincia de Cádiz (CEC); la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO); la Confederación Granadina de Empresarios (CGE); la Federación Onubense de Empresarios (FOE); la Confederación de Empresarios de Jaén (CEJ); la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM); y la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES). Desde su Consejo Empresarial de Turismo canaliza las demandas y prioridades del sector, en una escucha constante y activa a sus profesionales, empre-

### Andalucía pierde 630 autónomos en noviembre

Lorenzo Amor, "Andalucía ha perdido 600 autónomos en noviembre, pero va a tener un crecimiento anual de 3.000 autónomos más"

El Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) ha perdido en el último mes 630 autónomos, mientras que la pérdida de trabajadores por cuenta propia en el conjunto de España ha sido de 2.801 autónomos (-0,1%). La cifra total de trabajadores autónomos se ha situado en 3.329.349 trabajadores en noviembre en España y de 565.726 en Andalucía.

Para el presidente de ATA, Lorenzo Amor, "Andalucía está aguantando mejor la situación de crisis que el resto de España, gracias a la eliminación de trabas, de trámites, la reducción de impuestos y la facilidad que se le está dando al tejido empresarial. Ha perdido 600 autónomos en noviembre, pero va a tener un crecimiento anual de 3.000 trabajadores por cuenta propia más".

Por provincias, en el último mes, la mayoría ha perdido autónomos, destacando la caída de Granada, con un descenso de 219 autónomos, y Cádiz, con 193 afiliados al RETA menos. También se registraron descensos en Málaga (-173), Jaén (-114), Huelva (-74) y Córdoba (-4). Por su parte, el número de autónomos aumentó en Sevilla (+86) y Almería (+60).

En cuanto a los sectores de actividad, destacó el descenso en hostelería (438 autónomos menos), comercio (374 autónomos menos) y actividades artísticas y entretenimiento, con una caída de 152 trabajadores por cuenta propia. Destacan los aumentos registrados en educación (+133 personas trabajadoras autónomas), actividades profesionales, científicas y técnicas (+83) y actividades sanitarias (+77).

En lo que va de año, Andalucía ha ganado casi 2.400 autónomos, pasando de los 563.369 registrados en diciembre de 2021 a los 565.726 actuales, lo que supone un



incremento del 0,4%. "Es importante resaltar esta cifra, porque solo tres comunidades autónomas están creciendo en número de autónomos. El resto están perdiendo trabajadores por cuenta propia este año", ha añadido el presidente de ATA.

De otro lado, el número de parados registrados en las oficinas de los servicios públicos de empleo en Andalucía se redujo en más de 11.169 personas en el mes de

noviembre, lo que situó la cifra total de personas desempleadas en 749.377 andaluces.

"Andalucía ha tenido un buen comportamiento en el empleo en el mes de noviembre. Prácticamente uno de cada tres parados menos tiene acento andaluz. Andalucía, junto a Madrid y Comunidad Valenciana están tirando del empleo, no solo en términos interanuales, sino también mensualmente", ha destacado Lorenzo Amor.

#### **EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, DICIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022**

	DICIEMBRE 2021	NOVIEMBRE 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	61.649	61.843	194	0,3
CÁDIZ	64.599	65.298	699	1,1
CÓRDOBA	54.251	54.059	-192	-0,4
GRANADA	67.554	67.405	-148	-0,2
HUELVA	28.936	29.046	110	0,4
JAÉN	42.400	42.272	-128	-0,3
MÁLAGA	127.229	128.724	1.495	1,2
SEVILLA	116.750	117.079	328	0,3
ANDALUCIA	563.369	565.726	2.357	0,4
ESPAÑA	3.328.398	3.329.349	952	0,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

#### EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, NOVIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022

	NOVIEMBRE 2021	NOVIEMBRE 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	61.647	61.843	197	0,3
CÁDIZ	64.540	65.298	758	1,2
CÓRDOBA	54.205	54.059	-146	-0,3
GRANADA	67.335	67.405	70	0,1
HUELVA	28.910	29.046	136	0,5
JAÉN	42.415	42.272	-143	-0,3
MÁLAGA	127.061	128.724	1.663	1,3
SEVILLA	116.582	117.079	496	0,4
ANDALUCIA	562.695	565.726	3.031	0,5
ESPAÑA	3.325.408	3.329.349	3.941	0,1

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

#### EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, OCTUBRE 2022 - NOVIEMBRE 2022

	OCTUBRE 2022	NOVIEMBRE 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	61.784	61.843	60	0,1
CÁDIZ	65.491	65.298	-193	-0,3
CÓRDOBA	54.063	54.059	-4	0,0
GRANADA	67.624	67.405	-219	-0,3
HUELVA	29.119	29.046	-74	-0,3
JAÉN	42.386	42.272	-114	-0,3
MÁLAGA	128.897	128.724	-173	-0,1
SEVILLA	116.992	117.079	86	0,1
ANDALUCIA	566.356	565.726	-630	-0,1
ESPAÑA	3.332.150	3.329.349	-2.801	-0,1

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 202

### EVOLUCIÓN PARO, DICIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022

	PARO DICIEMBRE 2021	PARO NOVIEMBRE 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	56.467	54.776	-1.691	-3,0
CÁDIZ	151.953	141.447	-10.506	-6,9
CÓRDOBA	65.349	65.129	-220	-0,3
GRANADA	80.922	80.795	-127	-0,2
HUELVA	50.952	43.797	-7.155	-14,0
JAÉN	43.140	47.401	4.261	9,9
MÁLAGA	151.554	138.744	-12.810	-8,5
SEVILLA	185.304	177.288	-8.016	-4,3
ANDALUCIA	785.641	749.377	-36.264	-4,6
ESPAÑA	3.105.905	2.881.380	-224.525	-7,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

#### EVOLUCIÓN PARO NOVIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022

	PARO NOVIEMBRE 2021	PARO NOVIEMBRE 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	57.568	54.776	-2.792	-4,8
CÁDIZ	153.629	141.447	-12.182	-7,9
CÓRDOBA	66.454	65.129	-1.325	-2,0
GRANADA	84.089	80.795	-3.294	-3,9
HUELVA	51.918	43.797	-8.121	-15,6
JAÉN	47.438	47.401	-37	-0,1
MÁLAGA	153.025	138.744	-14.281	-9,3
SEVILLA	186.127	177.288	-8.839	-4,7
ANDALUCIA	800.248	749.377	-50.871	-6,4
ESPAÑA	3.182.687	2.881.380	-301.307	-9,5

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

#### **EVOLUCIÓN PARO, OCTUBRE 2022 - NOVIEMBRE 2022**

	PARO OCTUBRE 2022	PARO NOVIEMBRE 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	57.267	54.776	-2.491	-4,3
CÁDIZ	141.716	141.447	-269	-0,2
CÓRDOBA	67.122	65.129	-1.993	-3,0
GRANADA	81.659	80.795	-864	-1,1
HUELVA	43.801	43.797	-4	0,0
JAÉN	50.178	47.401	-2.777	-5,5
MÁLAGA	138.034	138.744	710	0,5
SEVILLA	180.769	177.288	-3.481	-1,9
ANDALUCIA	760.546	749.377	-11.169	-1,5
FSPAÑA	2 914 892	2 881 380	-33 512	-1.1

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 202

#### EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022

ANDALUCIA	DICIEMBRE 2021	NOVIEMBRE 2022	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	360.868	361.115	246	0,1
MUJERES	202.500	204.611	2.111	1,0
TOTAL	563.369	565.726	2.357	0,4

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

#### EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022

SECTORES ANDALUCIA	DICIEMBRE 2021	NOVIEMBRE 2022	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	58.648	58.881	233	0,4
INDUSTRIA	32.163	31.884	-279	-0,9
CONSTRUCCION	55.560	57.083	1.523	2,7
COMERCIO	149.710	146.084	-3.626	-2,4
TRANSPORTES	31.088	31.108	20	0,1
HOSTELERIA	57.255	56.719	-536	-0,9
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	9.122	9.456	335	3,7
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.545	10.382	-163	-1,5
ACT. INMOBILIARIAS	9.903	10.451	549	5,5
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	44.047	45.409	1.362	3,1
ACT. ADMINISTRATIVAS	20.846	21.417	571	2,7
EDUCACION	14.633	14.958	325	2,2
ACT. SANITARIAS	22.032	22.841	809	3,7
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	11.411	12.081	670	5,9
OTROS SECTORES	36.405	36.972	567	1,6
TOTAL	563.369	565.726	2.357	0,4

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

#### EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, NOVIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022

ANDALUCIA	NOVIEMBRE 2021	NOVIEMBRE 2022	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	360.814	361.115	300	0,1
MUJERES	201.881	204.611	2.731	1,4
TOTAL	562.695	565.726	3.031	0,5

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

#### EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, NOVIEMBRE 2021 - NOVIEMBRE 2022

SECTORES ANDALUCIA	NOVIEMBRE 2021	NOVIEMBRE 2022	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	58.337	58.881	543	0,9
INDUSTRIA	32.150	31.884	-266	-0,8
CONSTRUCCION	55.883	57.083	1.200	2,1
COMERCIO	149.640	146.084	-3.556	-2,4
TRANSPORTES	31.035	31.108	72	0,2
HOSTELERIA	57.228	56.719	-510	-0,9
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	9.047	9.456	409	4,5
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.527	10.382	-145	-1,4
ACT. INMOBILIARIAS	9.851	10.451	600	6,1
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	43.881	45.409	1.527	3,5
ACT. ADMINISTRATIVAS	20.836	21.417	581	2,8
EDUCACION	14.606	14.958	353	2,4
ACT. SANITARIAS	22.019	22.841	822	3,7
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	11.344	12.081	737	6,5
OTROS SECTORES	36.310	36.972	663	1,8
TOTAL	562.695	565.726	3.031	0,5

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autônomos-ATA- Diciembre 2022

#### EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, OCTUBRE 2022 - NOVIEMBRE 2022

ANDALUCIA	OCTUBRE 2022	NOVIEMBRE 2022	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	361.654	361.115	-540	-0,1
MUJERES	204.702	204.611	-91	0,0
TOTAL	566.356	565.726	-630	-0,1

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

#### EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, OCTUBRE 2022 - NOVIEMBRE 2022

SECTORES ANDALUCIA	OCTUBRE 2022	NOVIEMBRE 2022	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	58.822	58.881	59	0,1
INDUSTRIA	31.899	31.884	-15	0,0
CONSTRUCCION	57.095	57.083	-12	0,0
COMERCIO	146.458	146.084	-374	-0,3
TRANSPORTES	31.062	31.108	45	0,1
HOSTELERIA	57.157	56.719	-438	-0,8
NFORMACION Y COMUNICACIÓN	9.443	9.456	13	0,1
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.405	10.382	-22	-0,2
ACT. INMOBILIARIAS	10.428	10.451	24	0,2
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y FÉCNICAS	45.325	45.409	83	0,2
ACT. ADMINISTRATIVAS	21.482	21.417	-64	-0,3
EDUCACION	14.825	14.958	133	0,9
ACT. SANITARIAS	22.764	22.841	77	0,3
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	12.233	12.081	-152	-1,2
OTROS SECTORES	36.959	36.972	13	0,0
TOTAL	566.356	565.726	-630	-0,1

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

### EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022

ALMERIA	DICIEMBRE 2021	NOVIEMBRE 2022	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	38.911	38.940	29	0,1
MUJERES	22.738	22.904	166	0,7
TOTAL	61.649	61.843	194	0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

### EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2021- NOVIEMBRE 2022

SECTORES ALMERIA	DICIEMBRE 2021	NOVIEMBRE 2022	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	20.185	20.231	46	0,2
INDUSTRIA	2.287	2.249	-37	-1,6
CONSTRUCCION	5.184	5.262	78	1,5
COMERCIO	12.773	12.546	-226	-1,8
TRANSPORTES	2.888	2.870	-17	-0,6
HOSTELERIA	4.941	4.968	26	0,5
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	636	662	26	4,1
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	824	819	-5	-0,6
ACT. INMOBILIARIAS	693	725	32	4,7
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	3.238	3.311	73	2,3
ACT. ADMINISTRATIVAS	1.545	1.580	35	2,3
EDUCACION	1.264	1.289	25	2,0
ACT. SANITARIAS	1.486	1.530	44	3,0
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	752	790	38	5,1
OTROS SECTORES	2.952	3.009	57	1,9
TOTAL	61.649	61.843	194	0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Diciembre 2022

### Cerca de 400 participantes en los talleres de Cámaras de Comercio y Junta para impulsar el emprendimiento innovador y tecnológico

▶ Impartidos una veintena de talleres para preparar a los proyectos emergentes para su lanzamiento dentro de una nueva edición del 'Startup Andalucía Roadshow' destinada a promover proyectos emergentes de base tecnológica



Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio de Andalucía y la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación de la Junta han desplegado más de una veintena de talleres dirigidos a impulsar el emprendimiento innovador en la comunidad en el marco de la segunda edición del Programa 'Startup Andalucía Roadshow', competición de carácter regional destinada a identificar y promover a las mejores empresas emergentes de base tecnológica.

Estos talleres, que se han desarrollado en su mayoría en formato online, han contado con la participación de cerca de 400 emprendedores y profesionales del sector innovador y tecnológico, de los que 200 eran startups, que han recibido información práctica y consejos para conseguir que sus proyectos sean competitivos y aprovechen sus fortalezas y ventajas para impulsar su idea de negocio. De igual modo, se les ha asesorado sobre los pasos y el camino a seguir con el fin de que puedan afrontar las necesidades que les exigirán sus iniciativas.

Las temáticas divulgativas de estos talleres han sido diversas y han estado enfocadas, entre otros ámbitos, a los incentivos fiscales para I+D, cómo definir su modelo de negocio y cómo afrontar la gestión de la innovación, cómo afrontar las nuevas formas de organización o cómo hacer crecer el proyecto, todo ello dirigido a guiar con éxito a las startups participantes.

El primero de estos talleres ha

abordado el diseño de un modelo de negocio innovador y escalable, contando con la participación de representantes de empresas emergentes y que resultaron ganadoras en la primera edición del 'Startup Andalucía Roadshow' como Scoobic, Wuolah, Myhixel, Owogame y Limnopharma. Todas ellas expusieron su experiencia y cómo su paso por este programa les ha beneficiado para impulsar sus proyectos. Con ello se ha pretendido que estos casos sirvan de ejemplo para las nuevas startups con vistas a invitarlas a dar el salto a través de este programa de apoyo, que en esta edición ha querido llegar con más intensidad a todas las provincias y rincones de Andalucía para movilizar el talento e innovación que atesora la comunidad.

En estos encuentros para instruir a los emprendedores se han puesto de relieve temas de gran interés como el valor real de una startup, cómo gestionar el talento y la innovación en las empresas digitales, cómo diseñar y gestionar un equipo de alto rendimiento y cómo utilizar la Inteligencia Artificial para mejorar la competitividad de la empresa. Además, se analizaron cuestiones fundamentales para el desarrollo de sus proyectos como el abordaje de la gestión en tiempos de cambios, las claves para triunfar en las presentaciones o cómo presentar tu modelo de negocio con éxito.

Asimismo, se realizó un diagnóstico sobre el actual ecosistema emprendedor en Andalucía, teniendo en cuenta sus componentes institucionales y el apoyo que se presta al sector emergente, además de subrayarse las claves para gestionar con éxito este ecosistema y obtener el mayor rendimiento para las startups.

### Talleres presenciales

No todos los talleres se desarrollaron de forma telemática, ya que dos de ellos tuvieron formato presencial y se celebraron en Huelva y Almería, provincias en las que menor participación se registró en la primera edición de este certamen para impulsar a las startups, un gesto con estos territorios para incentivar a sus emprendedores e implicarlos en esta iniciativa. El primer de estos talleres presenciales tuvo lugar en la nueva lonja de la innovación del Puerto de Huelva con la participación de una veintena de startups y emprendedores de la provincia que tuvieron la oportunidad de conocer las claves para encontrar la financiación necesaria para sus proyectos innovadores, uno de los factores esenciales para facilitar su lanzamiento.

Otro de los encuentros formativos presenciales se celebró en Almería, en el que se vivió una jornada de gran interés al abordarse la ciberseguridad, un aspecto fundamental ante los crecientes problemas y amenazas en el ámbito del mundo tecnológico. En este taller se pusieron de relieve las claves y consejos a seguir para garantizar la seguridad de las startups y asegurar la protección del conocimiento, sistemas y datos de sus proyectos.

En general, los talleres han servido para preparar y animar a las startups de Andalucía a participar en esta competición de carácter regional destinada a identificar y promover a las mejores empresas emergentes de base tecnológica de la comunidad. El programa cuenta ya con 32 proyectos emprendedores seleccionados con los que se trabaja a partir de ahora para que se conviertan en iniciativas solventes, capaces de crecer, atraer inversiones y competir en los mercados internacionales.

Todos estos talleres formativos enmarcados en el 'Startup Andalucía Roadshow' cuentan con el impulso de Cámara España, a través de su programa InnoCámaras, la Junta de Andalucía y la Unión Europea con la financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Tras el éxito de su primera convocatoria, 'Startup Andalucía Roadshow' vuelve en esta segunda edición para fortalecer el ecosistema innovador andaluz, a través de un concurso que premia el talento innovador, además de ayudar a las empresas en su desarrollo con la implantación de nuevos modelos de negocio que le posibiliten adquirir ventajas competitivas y fomentar su internacionalización.











Fondo Europeo de Desarrollo





Diciembre 2022



### Ante la incertidumbre, Consejo de Administración hasta para las pequeñas

ngente es la literatura que nos habla de las bondades de los consejos de administración en las empresas, como órgano de gobierno cuya función principal es orientar las líneas de actuación de la organización, y velar los intereses de los accionistas, actuando de intermediario entre los accionistas y el equipo directivo.

Pero, ¿para qué necesito o necesita mi empresa un Consejo de Administración si no tengo accionistas ni equipo directivo, vo mismo sov el accionista, administrador

Esta es la pregunta que nace en la mente de la mayoría de las empresas andaluzas que aún no tienen Consejo de Administración. Empresas andaluzas, 99,9%

Y no les falta razón en la literalidad de la pregunta, versus la propia definición de Consejo de Administra-

Razón que no debe quitar utilidad y relevancia a los consejos de administración en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas. Veamos

Para ello, llevemos su definición a la realidad práctica de las PYMEs, donde el administrador, directivo y accionista suelen confluir en la misma o mismas personas, y en las que el día a día impide levantar la vista hacía el horizonte, y allí es donde está, se palpa, la incertidumbre.

Acercar el término a la PYME, implica definirlo como el grupo de personas, profesionales, que siendo de confianza, son externos a la empresa, con experiencias personales y profesionales diferentes pero complementarias, y que apoyados en esa confianza, velan porque el empresario no se sienta sólo en la toma de decisiones, aconsejando y buscando que sus decisiones sean los más acertadas posibles, con la mayor información disponible en cada momento.

Quitemos también pomposidad al concepto, no se requiere de sala de reuniones, mesas de madera, vasos de agua y botella de cristal, o trajes y corbatas, y no digo con esto que eso no sea importante, sino que cada cosa a su medida.

No se requiere lo mismo a un equipo deportivo de primera categoría que a uno de regional, en cuanto a infraestructuras, seguridad, etc., sin embargo, ambos sí deben aplicar las mismas reglas de juego para asegurar

que juegan correctamente y con la mayor probabilidad de éxito.

Pues en las empresas igual, con independencia de su tamaño, el Consejo de Administración son las reglas de juego, y la mesa de madera las "exigencias"

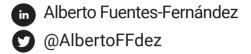
No lo he dicho todavía, adelanto mi conclusión, todas las empresas y sus empresarios, con independencia de su tamaño, debe tener sí o sí un consejo de administración.

Pierdan el miedo, dejémonos aconsejar, y seguramente la incertidumbre, no se eliminará pero será más llevadera. Y con ello crecerá la probabilidad de hacer crecer y más rentable su empresa.

Pasemos de la obligación de tener Con-

### **OPINIÓN** ALBERTO FUENTES **FERNANDEZ**

**ECONOMISTA Y FINANCIERO** 



sejo de administración, así establecida para las cotizadas y conforme a la Ley de Sociedades de Capitales, al exprimir voluntariamente su utilidad en el ámbito de las

Esto es lo que se hace llamar como la profesionalización de la PYME, acompañado se llega más lejos.

En estas fechas, vamos al turrón, ¿cómo debería ser un Consejo de Administración adaptado al tamaño de tu PYME? Algunas pinceladas aplicables al mismo tiempo.

Con tres personas podría ser suficiente,

Personas de entre tus conocidos, o conocidos de tus conocidos, los mejores. Tú empresa lo merece.

Que te abran los ojos del cómo lo haces de lo que puede venir, que te escuchen, te hagan dudar y aconsejen.

¿Que pongan de manifiesto las decisiones erróneas? Fundamental, y también las

¿Del mismo sector, o de otros? Ambos, en todos los sectores hay incertidumbre, y las penas juntos, son menos penas. Compartamos las decisiones acertadas.

¿Entre semana o fines de semana? Cuando tus consejeros puedan, adáptate a ellos, vienen a avudarte. Con carácter periódico, en la PYME, incluso mensual.

¿En las instalaciones de la empresa, o en una mesa de bar? Donde mejor os venga, siempre que asegure el poder conversar y

¿Viendo números o simplemente conversando? Ambas cosas siempre, sin números o datos no hay base para decidir, y sin conversación, no hay decisión.

¿Remunerados, pagados por su tiempo? Siempre, por respeto a su profesionalidad y su tiempo, y para apuntalar su compromiso, va fundado en la confianza mutua. Si quieres los meiores

¿Consejeros fijos o rotatorios? Ambos, unos fijos, con la entrada de otros como sabía nueva. Sea como fuere, "escuchando y haciéndoles caso".

Con estas 10 pinceladas, pidan a los Reves Magos un Consejo de Administración para su empresa, ayudará a caminar el 2023.

Y como deseo de Felices Fiestas para las PYMEs andaluzas, que esto sirva de ladrillo en la construcción de una empresa cada vez mayor y más rentable. Ya llegarán, si se desea las mesas de maderas o futuristas toboganes, futbolines, trajes y corbatas o camisas blancas con bambas o salas de reuniones conectadas.

### Cuando la innovación vuela y une



**OPINIÓN ANTONIO RIVERO** ONORATO PERIODISTA. DIRECTOR DE

in Antonio Rivero Onorato

GRAYLING EN ANDALUCÍA

uando el dinero público se invierte bien, hay que destacarlo. Este es el caso de proyecto LABME y sus congresos internacionales y foros Magallanes-Elcano vinculados a la innovación social. Un proyecto que desde el 2020, y que comenzó en plena pandemia, ha llevado a importantes ciudades su eslogan: hacer que las cosas sucedan. Ciudades como Bilbao, Málaga, Sevilla, Cádiz o Vila Nova de Gaia en Portugal y Comodoro Rivadavia en Argentina.

En este sentido, hace unos días, tuve la oportunidad de viaiar con numerosos emprendedores a la ciudad argentina de Comodoro Rivadavia, donde disfruté de una experiencia personal y profesional muy enriquecedora. No solo por los grandes profesionales con los que tuve la oportunidad de compartir unos días, sino por el aprendizaje de cómo los proyectos más singulares de innovación social tienen la oportunidad de crear e incentivar otros en muchos niveles.

En este viaje quedé fascinado por proyectos como Bioo, empresa centrada en la transformación biotecnológica del mundo por medio de tecnologías propietarias capaces de generar energía de la naturaleza, entre otras, con un equipo integrado por líderes internacionales en sus áreas con la visión de crear los primeros edificios y ciudades biotecnológicas. Llegó a ser nombrada por Google como la empresa más disruptiva del mundo o la empresa más innovadora de Europa, ¡ahí es nada!

Además de Bioo se dieron a conocer en Argentina los proyectos LANARQ EIRL con su coordinador, Andrés Villouta; Minifunkids con su CEO y fundadora, María Jesús Garrido; y Rir&Co con su fundadora y directora, Inés Rodríguez.

#### **PCT Cartuia**

Otro de los proyectos estrella que se expusieron en Comodoro Rivadavia fue el Parque Científico y Tecnológico de Cartuja. Su director general, Luis Pérez, expuso cómo el Parque ha trasformado un territorio importante para la ciudad de Sevilla y el impacto que sus actuales 550 empresas tienen en la capital andaluza. Del mismo modo, trasladó la importancia de la colaboración público-privada, en este caso, significada en el proyecto eCitySevilla que lidera ENDESA con la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Sevilla, y que plantea el desarrollo en la isla de la Cartuja de un modelo de ciudad en ecosistema abierto, digital, descarbonizado y sostenible en 2025: 100% renovable, 100% eléctrica y 100% autosuficiente.

Además de los provectos que conocimos y las experiencias en innovación social de distintas ciudades de Europa y América, pudimos disfrutar de un trato exquisito para parte de las autoridades de Comodoro Rivadavia, que se volcaron con la expedición en todo momento y consiguieron que la experiencia fuera sensacional en todos los sentidos. Comodoro es una ciudad industrial, creada a partir de la industria petrolífera, pero con un gran potencial de desarrollo turístico, turístico industrial y, como no, en cuanto a programas de innovación. Sin duda, pronto será reconocida como la capital de la Patagonia. Por cierto, una región donde tienen cabida múltiples inversiones en distintas materias, una de ellas la ferroviaria. Si tienen la oportunidad, no dejen de visitarla.

La iniciativa de LABME cuenta con el patrocinio de la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte y de instituciones públicas y privadas, como la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir. Además, colaboran con la iniciativa medios de comunicación como Europa Press, Cadena SER, fundaciones como Fundación ONCE, Universidades como la Pablo Olavide de Sevilla y numerosas marcas que ponen de relieve que, una vez más, la colaboración público-privada, siempre tiende a desarrollar excelentes iniciativas.

Andalucía cuenta con un tejido empresarial que crece y lo hace mirando al futuro a través de la innovación. Tenemos en nuestra comunidad un enorme talento al que retener y atraer y es gracias a iniciativas como esta donde podemos darle visibilidad, exportando y compartiendo ideas en el ámbito de la innovación social.

### Premios Magallanes-Elcano

Los Premios Magallanes-Elcano reconocen, visibilizan y amplifican la labor de los mejores emprendedores y agentes de cambio de toda España, Portugal y Latinoamérica, con proyectos que van desde detener el cambio climático, transformar nuestras ciudades, proteger nuestros océanos y hasta luchar por una educación inclusiva y de calidad. Otorgan siete reconocimientos a proyectos que resuelvan retos sociales, medioambientales y que están comprometidos de manera significativa con los ODS. Además, se concede un reconocimiento especial, el Premio Magallanes-Elcano, al proyecto más innovador. Dentro de su jurado encontramos expertos de primer nivel, como Marcos Eguiguren, Javier Paloma, Pablo Vidarte o sus promotores, Sol Barbado y José Luis Muñoz.

La creatividad es, sin duda, la herramienta más útil de supervivencia en la globalización y es esa creatividad exitosa la que se debe difundir correctamente. Sirvan estas líneas para apoyar iniciativas como ésta en todas sus vertientes y solicitar el apoyo de instituciones públicas y privadas para su desarrollo. Nuestra madurez democrática debe ayudarnos a poner en valor proyectos destinados a mejorar la sociedad donde convivimos.

José Luis Muñoz y Sol Barbado señalaron el compromiso de LABME con el impulso de soluciones locales a retos como la transformación tecnológica, la nueva economía y su impacto en los mercados de trabajo, el cambio climático o el despoblamiento de las áreas rurales. Y aseguraron que el Laboratorio seguirá alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible identificados por la Naciones Unidas y la Agenda 2030. En este sentido, LABME pretende ser ese GPS para afrontar los retos que se han abierto en el escenario global y seguirá desarrollando proyectos de impacto social en España, Portugal y América. ¡Qué así sea!

### **OPINIÓN CARLOS CORREA RODRÍGUEZ**

**DOCTOR EN MARKETING** CEO DE INSTITUTO DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

in Carlos Correa Rodríguez, PhD

a estrategia cliente-céntrica es una fórmula competitiva muy poderosa y actual que rompe las reglas del juego de la gestión de empresas tradicional. En el marco estratégico del siglo pasado, existía el paradigma en el que todos los clientes eran igual de importantes para tu empresa, puesto que todos eran susceptibles de crecer tanto en facturación como en rentabilidad. Hoy esta línea de pensamiento empresarial es caduca e ineficiente. Ahora te explico, desde una perspectiva cliente-céntrica, por qué esto ya carece de sentido.

Bajemos al suelo. Es obvio que no todos los clientes de tu empresa impactan de la misma forma en tu cuenta de resultados. Entonces, si son diferentes deben recibir una experiencia distinta en la relación cliente-proveedor. Distinta no significa que unos sean increíbles y otros mediocres, ¿estás de acuerdo? Seguimos. ¿Cuánto vale una empresa? En gran parte, esta cuestión está condicionada por el valor de la cartera de clientes, especialmente, el de los más rentables. Precisamente en estos últimos ponen el foco las empresas cliente-céntricas. Lo primero que identifican es quiénes son sus clientes más rentables para así gestionarlos experiencialmente de manera excelente. Para ello hacen una segmentación teniendo en cuenta criterios como el volumen de facturación, la rentabilidad o su nivel de lealtad, por ejemplo, en los últimos 3 años. Además. para ir más allá, se añade la visión de este cliente rentable no solo desde el pasado histórico, sino que también se mira hacia el futuro. Para esto utilizamos un indicador llamado CLV (customer lifetime value), es decir, el valor neto de ingresos que un cliente genera mientras mantiene una relación comercial satisfactoria con tu empresa a lo largo del tiempo. Por esto, se pueden hacer predicciones de su comportamiento futuro.

### La estrategia Cliente-Céntrica. Qué es y porqué es importante para tu empresa

NUEVA ECONOMÍA |



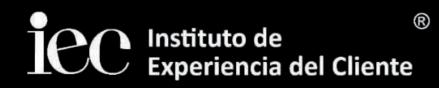
En definitiva, vemos al cliente como parte de nuestra empresa y lo hacemos con una visión a largo plazo.

Ya tenemos definidos los clientes rentables bajo criterios económicos basados en indicadores pasados, presentes y futuros. Así pues, el siguiente paso es conocerlos desde un plano humano, enfatizando la parte emocional. Esto es clave. No podrás diseñar experiencias de clientes excelentes si no conoces al mismo cliente. Extraer la información relevante de tu cliente rentable es fundamental. La diferenciación está cada vez más en el tejado de las experiencias y la base de estas son las emociones que genera tu cliente al interactuar con tu empresa. No podemos pasar por alto que el 95% de las decisiones de compra tienen una base emocional.

¿Cómo podemos conocer en profundidad a nuestro cliente rentable desde una perspectiva emocional? Yo siempre recomiendo utilizar un mix de técnicas, donde destaco la importancia de una herramienta muy poderosa llamada mapa de empatía. Esta consiste en 6 bloques de preguntas que nos proporcionan un conocimiento amplio e íntimo de nuestro cliente rentable en relación a sus sentimientos personales y, además, de las emociones que siente al relacionarse con nuestro sector, con nuestra empresa o con nuestros competidores. Esta herramienta nos provee de una información de oro, como cuáles son sus puntos de dolor o frustración cuando, por ejemplo, interactúa con nuestra empresa o nuestra industria en general. De esta forma, si gestionamos esta información de manera inteligente, lograremos reducir o eliminar estos puntos de dolor o frustración en nuestra relación con él, consiguiendo así proporcionarle a él un mejor nivel experiencial y alcanzando nosotros una gran ventaja competitiva. En definitiva, la información emocional obtenida del mapa de empatía son los ladrillos para construir las experiencias personalizadas

Esta experiencia se diseña en función de los aspectos que son más relevantes para tu arquetipo de cliente rentable. Esto te permite sorprenderlo y asegurar la recompra durante un largo periodo de tiempo además de una recomendación que va a atraer a más clientes de este mismo perfil.

Por lo tanto, para hacer a tu empresa más grande, sostenible y altamente competitiva, identifica a tu cliente rentable y ponlo en el centro de la estrategia. Conócelo emocionalmente v diseña con este conocimiento experiencias tan poderosas que provoquen su disfrute y las consiguientes recompras y recomendaciones. Esto hará que tu competencia sea, prácticamente, imperceptible para él.



(-) +34 633 42 01 57 www.institutodeexperiencia.com





■ MENTORÍA

"EL CLIENTE EN EL CENTRO DE TU ESTRATEGIA"



# No solo es Andalucía, Europa también sale en defensa de la minería metálica

### OPINIÓN PEDRO JIMÉNEZ RODRÍGUEZ

ABOGADO. SOCIO DE VRIVM LEGAL SLP SECRETARIO DE LA COMISIÓN DE INDUSTRIA DE CESUR

in Pedro Ignacio Jiménez Rodríguez

reo que a estas alturas del año 2022 todos conocemos en qué consiste la famosa estrategia de transición energética europea.

Para los más perdidos en estos temas, hay que recordar que la Unión Europea pretende hacer un recorrido energético que vaya desde el consumo actual de combustibles fósiles hacia la producción de energías renovables. Ahora bien, es un proceso que lleva unos años en marcha pero que tiene que sortear algunos obstáculos importantes.

Las energías renovables necesitan para la fabricación de los equipos que la producen, una gran cantidad de materiales plásticos y, especialmente, minerales metálicos, tales como las tierras raras (lantano, neodimio, gadolinio, erbio, o lutecio, entre otras) y otros afortunadamente presentes en España como el litio, el cobalto, el zinc, el níquel y por supuesto el cobre.

Partiendo de esta información, es lógico pensar que cuanto mejor se aprovisione Europa de estos minerales metálicos y más producción se realice dentro de nuestras fronteras más fácil (y barata para el ciudadano) será esta transición energética hacia las energías renovables. De esta forma, la Presidenta de la Comisión Europea Dña. Ursula Von Der Leyen ha pedido "que el futuro de la industria se haga en Europa", aprobándose una estrategia que nos permita no ser tan dependientes del exterior (tal y como ocurre con el petróleo y el gas) y evitar la perpetuación de los graves efectos económicos que se están produciendo por la invasión de Ucrania por parte de Rusia y la existencia de una Guerra a las puertas de Europa.

En septiembre de este año, la citada estrategia ha dado un paso más y la Comisión Europea ha anunciado que se está traba-



jando en la aprobación de una nueva Ley Europea de Materias Primas Críticas para el primer trimestre del año 2023. Para ello, el documento se ha sometido a una Consulta Pública que finalizó el 25 de noviembre y que ha recibido aportaciones de diferentes organizaciones ecologistas, asociaciones empresariales y Administraciones con competencias en la materia.

La importancia de esta nueva Ley Europea es palmaria; la UE considera que. si no se armoniza esta regulación a nivel europeo y se asegura el suministro de materias primas críticas, cada Estado miembro podría tomar medidas aisladas de ámbito nacional para evitar el riesgo del suministro de estos minerales metálicos. La crisis del COVID-19 ya nos ha hecho ver que un enfoque fragmentado y nacionalista de cada Estado puede generar obstáculos a la libre circulación de mercancías en el mercado único y desde luego no es lo más adecuado para satisfacer las necesidades de unas cadenas de suministro que están estrechamente interrelacionadas dentro del mercado interior

Por lo tanto, no podemos perder la oportunidad de que sea una Ley Europea la que

fije las posiciones para facilitar la producción de la minería metálica en los países de la Unión, ley que además da el paso valiente de permitir la financiación europea para la apertura de nuevos proyectos estratégicos de minería metálica en Europa.

En este proceso de participación pública, la Junta de Andalucía ha comunicado en su página web que se han presentado una batería de 20 propuestas para que sean recogidas en la nueva Ley Europea. De forma resumida, el Gobierno de Andalucía ha mostrado que es imperativo agilizar los trámites de la obtención de todos los permisos vinculados a la puesta en marcha de un proyecto minero. La media de 10 años en el otorgamiento de una Concesión de Explotación Minera no puede ser un plazo razonable ni admisible para nadie. Andalucía propone medidas para racionalizar los procedimientos administrativos, utilizar las demandadas 'ventanillas únicas', establecer una duración máxima para los procedimientos administrativos (¿y un silencio administrativo positivo en algunos casos?), acelerar los proyectos de cierta relevancia y envergadura, armonizar con la norma europea algunos conceptos como los urbanísticos de compatibilidad de uso o los generales de utilidad pública de los proyectos que aprovecharán o beneficiaran los recursos minerales, y, porque no, obligar desde Europa a que las diversas Administraciones territoriales con competencias concurrentes, el Estado, las Comunidades Autónomas, y los Municipios colaboren sin partidismos políticos.

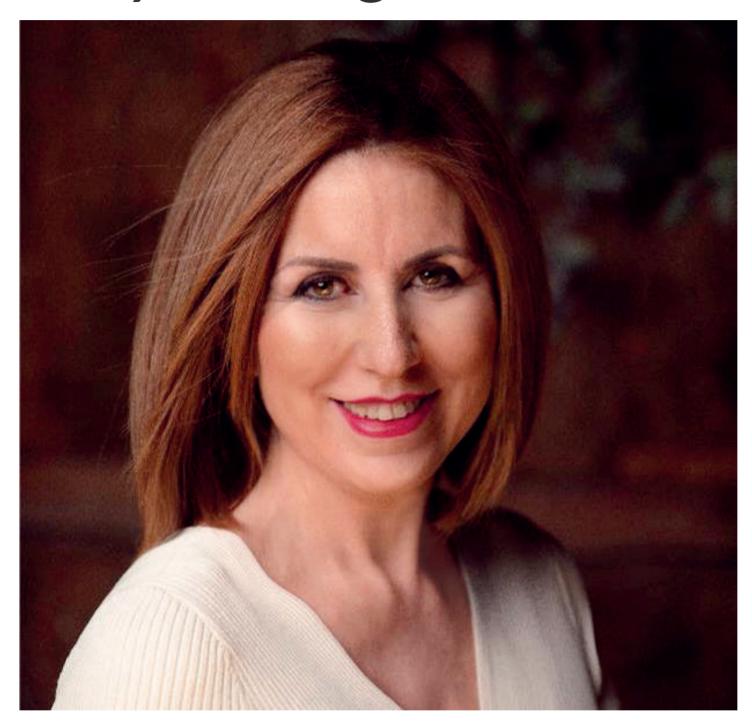
Para Andalucía, disponer de este marco normativo de referencia puede ser una clave para lograr los ambiciosos objetivos de la Junta de Andalucía de elevar la producción de la minería metálica un 20 % en esta legislatura. Ya sabemos que la minería en Andalucía emplea a más de 20.000 personas, directa o indirectamente, que en los últimos años se han invertido más de 4.500 millones de euros, creándose más de 2.000 empleos directos y otros 8.000 indirectos. De hecho, la patronal minera andaluza (AMINER) recientemente ha publicado unos datos que reflejan la fuerza de la minería metálica andaluza que facturó 4.000 millones de euros en 2021, un 33% más que en 2020, situándose las expor-

taciones del sector en 2.000 millones de euros y siendo los productores de 90% de la minería metálica española.

En este contexto, resulta tremendamente extraño que el pasado día 25 de noviembre de 2022 en la Presentación de la "Hoja de Ruta para la gestión sostenible de las Materias Primas Minerales", se anunciara desde el Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico del Gobierno de España la apertura del proceso de Consulta Previa sobre una nueva Ley de Minas

Esta extrañeza se desvanece cuando según ha aparecido en prensa, dicho proceso de Consulta Previa para redactar una nueva Ley de Minas española es fruto de un compromiso incluido a última hora en la Hoja de Ruta, inclusión in extremis que obedecería a determinadas cuestiones políticas internas de los socios del Gobierno de España, más que a razones de legalidad u oportunidad, especialmente teniendo en cuenta la cercana aprobación de una Ley Europea que habrá de ser respetada por las distintas legislaciones mineras de los Estados de la Unión, de las que España no podrá ser una excepción.

# El pequeño comercio... Los "Reyes Magos" de la economía



### **OPINIÓN** Mª JOSÉ ANDRADE **ALONSO**

**DIRECTORA DE MUJERES VALIENTES** 

- in Maria Jose Andrade Alonso
- @Mjandrade\_News

ace apenas unos días, participaba junto al también periodista, Andrés Mellado, a la clausura de las jornadas, "Comunicación y Diálogo Social", organizadas por la Confederación de Empresarios de Andalucía.

Una mesa que estuvo moderada por la directora de Comunicación de la CEA, Patricia García Mahamud y en la que compartimos reflexiones e hicimos una puesta en común de una actualidad en constante cambio y "metamorfosis"

Muchos fueron los datos que se aportaron pero a mí, personalmente, me llamó mucho la atención el que nos adelantó Patricia García. Y es que los que se manejan desde está institución son claros y, sobre todo, claves para entender un entorno en el que el tejido empresarial, el pequeño comercio y los autónomos son absolutamente necesarios para que la economía siga cre-

"El 95% del tejido empresarial está compuesto por PYMES", micro Pymes y un pequeño comercio en el que incluso, y en la mayoría de las ocasiones, podemos encontrar al propietario como único trabajador. Esta era la cifra rotunda que nos abría los ojos a una realidad en la que son actores fundamentales e indispensables.

Andalucía es más tecnológica e innovadora. Invierte en I + D + I y estamos acelerando de manera imparable. Una situación real pero en la que no debemos "perder de vista" que en nuestras calles, esas por las que paseamos estos días en los que las luces de la cercana Navidad, lo llenan todo, son ellos, los que testan, verifican y certifican lo que de verdad ocurre con la economía.

Panaderías, cafeterías, zapaterías. Tiendas de regalos y artículos de hogar. Ópticas, farmacias, bares, restaurantes, supermercados. Mercerías, tintorerías, academias, inmobiliarias, agencias de viajes. Carnicerías, fruterías, floristerías... El directorio de estos pequeños comercios se haría largo e interminable y por eso tengo la certeza, de que todos estaremos de acuerdo en que merecen un reconocimiento por el esfuerzo que están realizando: v porque se han convertido en los verdaderos protagonistas de un presente, en el que la economía, esta palabra que ocupa la actualidad a cualquier hora del día (y que tanto estamos repitiendo en este artículo), ya se ha convertido en una de las mayores preocupaciones.

La guerra en Ucrania continúa, los precios siguen subiendo y nada parece que pueda frenar este aumento. La electricidad también persiste en ascender, reflejándose en nuestras facturas y mientras tanto... Mientras tanto, los que forman parte de este 95% siguen resistiendo a pesar de este amplio catálogo de vicisitudes, y al que suman impuestos, tasas y demás obligaciones tributarias.

Por todo esto hoy, más que nunca, hace falta dar visibilidad a los que gracias a su esfuerzo, trabajo, perseverancia y constancia, han sido y son capaces de afrontar una realidad cambiante. Una realidad que, en la mayoría de las ocasiones, se nos antoja como inesperada y que, precisamente por esto, crea un panorama que pueda ser inquietante.

Pero ahí están ellos, los hombres y mujeres que componen un resultado que, lejos de ser frío, refleja que tenemos que seguir apostando por estos "valientes" que nos acercan a lo concreto y a algo que es innegable porque forma parte del día a día.

Ahora que se supone ha terminado la pandemia, que esto ha significado que ha bajado el consumo vía online y que volvemos, ¡y de qué manera!, a acercarnos hasta el mostrador, es ineludible para todos el tomar conciencia de que los Reyes Magos están más cerca de lo que pensábamos y tenemos que creer en ellos.

Y es que el pequeño comercio es una de las partes fundamentales que forman el llamado motor de la economía (sí, otra vez la economía). Es por esto que necesitan del apoyo de toda la sociedad. Un apoyo traducido en forma de consumo responsable y de cercanía pero, y por encima de todo, se hace imperativo el recibir ayudas y soluciones por parte de las administraciones, para que así puedan "remontar el vuelo".

Muchos afirman con rotundidad, que estamos viviendo un momento "absolutamente disruptivo". Un momento en el que palabras como tecnología, metaverso o innovación van formando parte de un discurso, en el que no debemos olvidar incluir, a un sector en el que trabaja uno de cada cuatro andaluces. Y no podemos hacerlo porque son una amplia colectividad que está cansada de soportar y añadir crisis, a la inacabable lista que tiene que empezar a restar para poder seguir avanzando.



### No puedo pagar mi hipoteca

sta frase la comenzamos a escuchar en las redes sociales, entrevistas y conversaciones en la calle. La inflación sigue golpeando a las familias, y lo seguirá haciendo, al menos durante dos años más. Consecuencia de esto es el impacto que está teniendo en las hipotecas que pagamos debido al incremento de los tipos de interés que los bancos centrales están realizando para frenar la escalada de precios.

En estos momentos, la Reserva Federal americana camina hacia un tipo de interés del 5%. El Banco Central Europeo previsiblemente termine este año cerca del 3%, o los superará comenzando el próximo. Esperemos a la reunión de finales de diciembre. Pero lo más importante es que el tipo de interés en el que se prestan los bancos comerciales su dinero y que sirve de referencia para nuestros préstamos, me estoy refiriendo al EURIBOR, está ya en el umbral del 3% y no hay nada que presuma su estabilización.

En España mayoritariamente los préstamos son de tipo de interés variable, si bien

es cierto en los últimos tiempos, muchos préstamos han ido derivando al tipo de interés fijo, pero siguen siendo un porcentaje relativamente pequeño. Esto está haciendo insostenible para muchas familias el pago de la letra de la hipoteca. Vemos que hay familias en el que el diferencial entre el euribor y el tipo de interés que realmente están pagando, llega en algunos casos a 5 puntos de más. Cuando se firmaron esas hipotecas nadie explicó que esto podía ocurrir y que algún día el tipo de interés no sería negativo. Vivíamos en un espejismo.

La cantidad de dinero en circulación, lo que denominamos los economistas, oferta monetaria, según algunas estimaciones puede ascender a casi 600 billones de dólares. Casi 8 veces el PIB mundial. En la crisis financiera del 2008 junto con la crisis sanitaria de la COVID-19, se usaron, entre otros instrumentos, la misma receta: introducir más dinero en el sistema. Esto ha provocado que el precio de este se abaratara (tipo de interés) a niveles inimaginables hace unos años. Aún recuerdo el préstamo de mi primer coche que lo pagué al 17%. Pero aunque

# OPINIÓN MANUEL ALEJANDRO CARDENETE CATEDRÁTICO DE ECONOMÍA UNIVERSIDAD LOYOLA

Manuel Alejandro
Cardenete

@macarflo

esta estrategia sirvió para que la economía mundial no gripase, ahora estamos pagando dicho exceso. Amén de otros factores que ahora no tocan, explicarían la escalada de precios.

Lo cierto es que a pesar de esta situación, de momento no sé manifiesta en un incremento de las ejecuciones hipotecarias, que siguen en mínimos, pero hay dos explicaciones: la primera, es que no se revisan las hipotecas todas a la vez, sino cuando a uno le toca, de tal forma que la acumulación de hipotecas actualizadas encarecidas, se producirá terminado un año completo, desde la escalada de tipos de interés. Este proceso

no se hace presente hasta que las familias comienzan a tener problemas para devolver la hipoteca meses después de la revisión.

Y la segunda, que esta nueva ralentización económica, no quiero hablar de crisis, ha pillado a nuestras familias con una tasa de ahorro elevada, después de la contención en el gasto derivado de los cierres por la COVID.

Pero la realidad es que una hipoteca media de 120.000€ con un simple euribor más 1%, puede haber pasado de pagar 360€ mensuales a 525€. Algo inasumible para muchas familias. Frente a esto, el gobierno de España y su ministerio de economía, han impulsado un Código de Buenas Prácticas, en el que de forma voluntaria, los bancos se acojan e intenten aliviar a las familias de rentas más bajas. Básicamente está destinada a rentas inferiores a los 30.000€, permitiendo incrementar el plazo de pago en un máximo de 7 años, abaratando la cuota en el corto plazo. Pero esto tiene su trampa. Si atendemos a la hipoteca media española, el aumento de intereses podría llegar al 72%, de unos algo más de 12.000€ a los 20.000€ que pagaría al acogerse a esta formula de incrementar el número de años de pago de hipoteca.

Solamente toca esperar a que la inflación se controle, que los tipos de interés frenen la escalada, que el PIB continúe con este "soft landing" y que evitemos la recesión para que no se produzca un incremento de la morosidad en los próximos meses, que no ayudaría en absoluto a relanzar la economía en la próxima primavera.

1 Consejo Andaluz de Relaciones Laborales (CARL) es uno de los órganos más longevos de la estructura administrativa de la Junta de Andalucía, remontándose su ley fundacional al 27 de junio de 1983, por lo que celebraremos próximamente su 40° aniversario. No es órgano de autogobierno, de conformidad con el Estatuto de Autonomía para Andalucía, pero desempeña un papel central en el ámbito de las relaciones laborales andaluzas que reclama un reimpulso de actualización y modernización imprescindible en el que ya se está trabajando.

El artículo 3 de su Ley constitutiva, sobre el que ya se prepara en el CARL un borrador de reforma, señala entre sus funciones particulares facilitar, dentro del respeto al principio de autonomía colectiva del artículo 37.1 de la Constitución, la negociación colectiva, facilitar y promover la mediación y el arbitraje -ámbitos en los que somos pioneros frente a la mediación civil o mercantil-, centralizar la documentación relativa a las elecciones sindicales, asumir el registro de organizaciones sindicales y empresariales, incluidas organizaciones de trabajadores autónomos, y centralizar el depósito de convenios colecti-

vos. Su estructura constitutiva, que incluye un Pleno y una Comisión Permanente con presencia de representantes sindicales y empresariales, permite la interacción continua entre los interlocutores sociales y la Administración, lo que asegura, dentro del respeto a la autonomía de las organizaciones, un feed back extraordinario sobre la situación en cada momento del sistema de relaciones laborales en Andalucía.

Por su parte, la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía señala entre los objetivos básicos de la Comunidad Autónoma en su artículo 10.20°, el diálogo y la concertación social, reconociendo la función relevante que para ello cumplen las organizaciones sindicales y empresariales más representativas de Andalucía. Su artículo 26.2 garantiza a los sindicatos y a las organizaciones empresariales el establecimiento de las condiciones necesarias para el desempeño de las funciones que la Constitución les reconoce. En estos ámbitos, la función del CARL resulta esencial, singularmente en lo que se refiere a la asistencia técnica en materia de negociación de convenios colectivos, y en el mantenimiento del Sistema Extrajudicial de Resolución de Conflictos Laborales de Andalucía (SERCLA). El Estatuto dispone, así mismo, que la ley regulará la participación institucional en el ámbito de la Junta de Andalucía de las organizaciones sindicales y empresariales más representativas en la Comunidad Autónoma, ley



# Un Consejo imprescindible

**OPINIÓN JOSÉ MANUEL GÓMEZ MUÑOZ** 

PRESIDENTE DEL CONSEJO ANDALUZ DE RELACIONES **LABORALES** 

de participación institucional -aún en fase embrionaria- que resultará clave, una vez aprobada, para la delimitación de las relaciones entre la Administración y los interlocutores sociales

En términos de aplicación de los principios de eficacia, proximidad y coordinación de la Administración de la Junta de

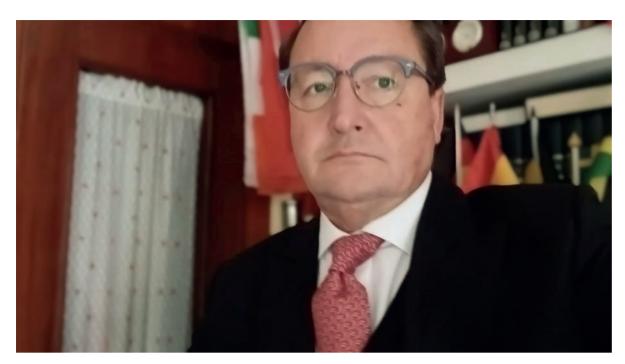
Andalucía, de los que habla el artículo 44 del Estatuto, el CARL se incardina técnica y administrativamente en la Consejería de Empleo, Empresas y Trabajo Autónomo, haciendo posible que los poderes de la Comunidad Autónoma orienten sus políticas públicas a garantizar y asegurar el ejercicio de los derechos de autonomía colectiva v de alcanzar los objetivos del artículo 10 mediante la aplicación de principios rectores como el impulso de la concertación con los agentes económicos y sociales (artículo 37.12°). En términos ejecutivos -artículo 63- corresponden a la Comunidad Autónoma, a través del CARL, y en el marco de la legislación del Estado, las competencias ejecutivas en materia de relaciones laborales, que incluyen en todo caso los instrumentos de conciliación, mediación y arbitraje laborales y el control de legalidad y, si procede, el registro posterior de los convenios colectivos de trabaio en el ámbito territorial de Andalucía. El CARL es, de este modo, una herramienta esencial

tanto para la protección de los derechos laborales y sindicales en todos los sectores de actividad, como solicita el artículo 166 del Estatuto, como el instrumento a través del cual la Comunidad Autónoma desarrolla su política propia de relaciones laborales en la promoción del marco autonómico para la negociación colectiva y en la promoción de medios de resolución extrajudicial de conflictos laborales (artículo

De esta labor, no por silenciosa menos trascendente, dan cuenta alguno datos clave a noviembre de 2022, como por ejemplo que tenemos 621 convenios colectivos vigentes en Andalucía, que afectan a 151.711 empresas y a 887.326 trabajadores, lo que supone un incremento respecto de 2021 de 1,47% en número de convenios, y del 8.08% en el número de trabajadores afectados. Venimos de un proceso complejo de reducción en el número de convenios, que ya se manifestaba en 2019 y que se agravó en 2020 con la pandemia, pero volvemos a la senda de la recuperación. Se hace visible, en todo caso, la necesidad de impulsar la negociación colectiva de ámbito autonómico, lo que redundará, sin duda alguna, en el fortalecimiento de las estructuras negociales de las organizaciones sindicales y empresariales a nivel andaluz.

Del mismo modo, la labor del SERCLA, resulta decisiva en la resolución tanto de los conflictos colectivos como individuales. Interanualmente, los conflictos colectivos han sido 675 expedientes que han afectado a 27.266 empresas y a 438.110 trabajadores, habiendo concluido con avenencia el 35% de los presentados. La mayoría de estos conflictos han sido derivados del bloqueo de la negociación colectiva, o de la aplicación e interpretación de los propios convenios colectivos (67% de los presentados). Por lo que se refiere a los conflictos individuales, se experimenta un incremento notable respecto de 2021, pues el número de expedientes asciende a 1.843 (noviembre 2022, frente a 1.531 del año anterior), motivados esencialmente por conflictos derivados del régimen disciplinario (1.099), y en menor medida, por las modificaciones sustanciales de condiciones de trabajo y la clasificación pro-

En definitiva, estamos ante un Consejo Andaluz de Relaciones Laborales en el que la Administración de la Junta de Andalucía, de la mano de los interlocutores sociales. adopta una posición relevante de iniciativa en el ofrecimiento del apoyo técnico y profesional a la negociación colectiva y a la resolución de los conflictos, con una voluntad irrenunciable de modernización v actualización de nuestro sistema andaluz de relaciones laborales, y de impulso a las empresas y a los derechos de los trabajadores. Un Consejo imprescindible.



### Turismo digital

urismo digital, digitalización, Smart city, ciudades y destinos inteligentes y asi podía seguir con una serie de vocblos en ingles que nos viene a decir que hoy en dia "el gran hermano" lo sabe y lo concoce todo de nosotros.

Lo sabe y conoce porque a través de nuestros teléfonos móviles, que están dotados de geolocalización pueden saber nuestra posición en tiempo real, donde vamos, el numero de minutos que estamos y cuando.

Si a esta geolocalizacion le sumamos las redes sociales a las cuales alimentamos con numerosas fotografías, con películas, con frecuentes comentarios, donde deiamos nuestras opiniones sobre los mas variados temas: lo que me gusta y no, la tempertaurra, losprecios, la valoración del servicio... todo, pues queridos lectores ya tenemos todos los datos. Ahora solo hay que poner en marcha una inteligencia artificial, un algoritmo que nos marca e interpreta datos y ya lo sabe-

mos todo desde ese destino, desde Sevilla para planificar y adecuar nuestra oferta la visitante

¿Bueno pues si partimos desde el anterior axioma, porque no lo hacemos? Porque no utilizamos esos datos para lograr la máxima satisfacción del cliente, la mejor de las ofertas?

La respuesta no es fácil pero mi experiencia parte de que la institución que obtiene los datos los atesora y comparte rara vez, la institución también no los pone en común con el resto de instituciones sobre todo si

# OPINIÓN GUSTAVO DE MEDINA Y ÁLVAREZ CEO IBERSPONSOR CONSULTORES

gmedina@ibersponsor.es

son de distinto nivel territorial y encima de distinto partido político, vaya carajal;;;;.

Resusltado final ,mil proyectos abanderados por diferentes colectivos, instituciones y universidades que mas haya del enunciado, en ingles y un maravilloso logo y presentaciones en medios no pasa de hay. La hemeroteca justiciera lo alberga todo.

Este hecho hemos de remediarlo en benefico de los profesionales del turismo, de los empresarios a los cuales esos datos son necesario e imprescindibles. Esos datos no pueden quedar en manos de adminidraciones que no los utilizan y que se les quedan al poco tiempo obsoletos.

Señores compartir es amar, trabajemos juntos en proyectos utiles y que por utiles los hagamos rentables y nos ayuden a mejorar nuestra oferta para luchar contra la ingente competencia que hay y se avecina.

### Abre las puertas al sol y elige un mañana mejor



### Solar fotovoltaica, la mejor energía

Comprometidos con las personas



Comprometidos con el medio ambiente y el progreso social

### Macarena Gutiérrez:

### "La innovación está en nuestro ADN"



### **ENTREVISTA**

MACARENA GUTIÉRREZ DIRECTORA GENERAL DE ATLANTIC COPPER

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Atlantic Copper siempre está en el top de la exportación andaluza, incluso hace un año, por estas fechas, fue galardonada con los Premios Alas de Extenda en la categoría Empresa Exportadora.

La apuesta por la internacionalización es una de las claves empresariales de Atlantic Copper. Con casi mil millones de euros en ventas al exterior, exportamos el 50% de nuestra producción a más de 20 países, lo que nos sitúa como un referente de la industria andaluza en el mundo. Por ello, recibir un reconocimiento institucional supone un gran respaldo a nuestra estrategia empresarial y también un gran estímulo para seguir apostando por el desarrollo de nuevos proyectos en el ámbito de la eficiencia y la sostenibilidad que nos hagan seguir creciendo en términos de competitividad.

Estamos muy orgullosos de este Premio porque reconoce nuestra labor de más de 50 años en Huelva y Andalucía y porque nos convierte en un modelo para las empresas andaluzas a las que Extenda ayuda a posicionarse en los mercados exteriores. Generamos negocio con un millar de proveedores y empresas auxiliares v hemos avudado a crecer a muchas pymes estimulando su internacionalización. Algo que para nosotros es natural puede servir de modelo para los demás.

Somos la mayor productora de cobre y de ácido sulfúrico de España. Producimos trescientas mil toneladas de cobre un millón de toneladas al año de ácido sulfúrico. Sin olvidarnos de otros metales como el oro, la plata, el paladio o el platino. En el futuro inmediato, nuestro proyecto CirCular se convertirá en

la primera planta del Sur de Europa en recuperar metales esenciales que contienen los aparatos eléctricos y electrónicos en desuso (RAEE) para darles una segunda oportunidad, convirtiéndose en un modelo internacional de producción sostenible y un vector de riqueza y empleo local.

#### ¿Cómo han afrontado los años de pandemia? Para muchas empresas ha sido una oportunidad de negocio.

Atlantic Copper ha mantenido su actividad incluso en los peores meses de la pandemia y durante el confinamiento. Nuestra producción es esencial y la excepcionalidad del Covid lo ha puesto de manifiesto. No hemos parado. No lo llamaría oportunidad porque nuestros márgenes han disminuido. Hemos tenido que exportar más y esto conlleva unos costes logísticos más altos y también se han incrementado los gastos operativos derivados de la implantación de nuevos protocolos de salud y seguridad anti-Covid con medidas extraordinarias de higiene, flexibilizando turnos de trabajo y rotaciones para mantener la distancia sanitaria recomendada, etc. Todo ello no habría sido posible sin el esfuerzo y compromiso de nuestra plantilla.

No hemos abierto nuevos mercados porque nuestros mercados tradicionales han sido capaces de absorber nuestra producción. Ha sido muy importante la experiencia, el conocimiento y el estar en contacto con proveedores y clientes lo que nos ha permitido exportar un 20% adicional durante la pandemia. Llegamos a exportar hasta el 70% de nuestra producción sin parar ni un día.

#### ¿Cómo cree que su empresa contribuye a proyectar en el mundo la imagen de una Andalucía moderna, tecnológica, innovadora y comprometida con la revolución verde?

La innovación está en el ADN de Atlantic Copper. Forma parte de una filosofía empresarial que nos lleva a desarrollar provectos de vanguardia relacionados con la economía circular, la eficiencia energética y la reducción de nuestra huella hídrica y de carbono. Nuestro compromiso con la transformación verde de la economía es absoluto y estamos dando grandes pasos para avanzar en la descarbonización industrial adelantándonos incluso a los indicadores de referencia que nos marca la lucha contra el cambio climático.

En las últimas dos décadas, hemos reducido un 50% las emisiones de CO2 y un 35% nuestro consumo energético. Una de las soluciones más innovadoras en el ámbito de la eficiencia energética en nuestra planta ha sido el reaprovechamiento del calor del proceso de la fundición para producir energía eléctrica, así como nuestra apuesta por las renovables. En la actualidad, el 51% de la electricidad que consumimos en nuestros procesos provienen de fuentes renovables.

Nuestro objetivo es seguir produciendo cobre de forma responsable y sostenible, así como otros metales fundamentales para atender la creciente demanda para el desarrollo de las energías renovables, el vehículo eléctrico, la electrificación y la digitalización vinculadas al Green Deal

EMPRESAS |

#### Esta labor medioambiental parece poco conocida ¿Tenéis la impresión de que vuestro sector tiene mala prensa y necesitáis hacer un esfuerzo extra por comunicar en positivo?

Es cierto que la actividad industrial siempre se observa con recelo pero, sinceramente, creo que Atlantic Copper es un excelente ejemplo de convivencia de la industria con su entorno. Un valor que los

onubenses reconocen porque nuestra compañía genera riqueza a través de la creación de empleo de calidad y posiciona a Huelva como un referente de progreso.

Además, la fundición se encuentra en un enclave privilegiado, junto al Paraje Natural Marismas del Odiel, donde llevamos años desarrollando numerosas acciones de sensibilización y divulgación dirigidas a fomentar su protección.La transparencia y la comunicación contribuyen a mostrar a la sociedad cómo es compatible el desarrollo industrial con la defensa del medio ambiente y en Atlantic Copper somos conscientes de que nuestra mejor acción de comunicación es aquella que contribuye a difundir nuestros propios valores de responsabilidad empresarial, producción sostenible, compromiso con las personas y el entorno, apuesta por la innovación

Además, nos ayuda en esta labor, nuestra Fundación, creada en 2009, y que hasta la fecha ha destinado 5,3 millones de euros para impulsar numerosas iniciativas educativas, medioambientales y culturales en Huelva. El 70% de estas iniciativas están dirigidas a fomentar la formación de los jóvenes onubenses a través de becas, ayudas al estudio, acuerdos con centros educativos para impulsar la FP dual. Pero también, con programas dirigidos a los más pequeños que se realizan en el propio entorno de las Marismas del Odiel.

Hemos desarrollado iunto a este espacio natural provectos de observatorio, de anillado de aves, de investigación sobre nutrias, de



introducción del águila pescadora. Tenemos un campamento de verano para niños. Contribuimos a los proyectos que nos han propuesto los responsables del paraje para mejorar la biodiversidad. Curiosamente uno de los principales problemas que tiene no vienen de la industria sino de la ciudad a través de la contaminación lumínica que afecta negativamente a las especies

#### El nombre de Atlantic Cooper está ligado a la provincia de Huelva. ¿Se sienten ustedes queridos? ¿Cree que contribuyen a la generación de empleo y riqueza en Huelva?

Sin duda. La creación de empleo de calidad, la formación y la captación y retención del talento son una seña de identidad de Atlantic Copper que ha sido reconocida con la distinción Top Employers que nos acredita como una de las mejores empresas de España para trabajar.

Tenemos una plantilla de 700 empleados, el 85% con contratos indefinidos. Nuestra actividad genera 3.000 empleos directos, indirectos e inducidos, lo que tiene un impacto positivo en la provincia en términos de riqueza. El retorno económico es evidente pero también tiene una repercusión social de gran importancia ya que estos puestos de trabajo contribuyen a generar expectativas de futuro para las nuevas generaciones y fijan la población al territorio. Huelva sabe quién es Atlantic Copper y lo que ha supuesto en el desarrollo local v también sabe que el futuro de la compañía y de la ciudad seguirán unidos.

### Talento inspirador en la industria mundial de la minería

acarena Gutiérrez ha sido reconocida por la prestigiosa organización internacional Women In Mining UK (WIM UK), como una de las 100 mujeres más inspiradoras de la industria mundial de la minería, según ha anunciado esta entidad con sede en Londres.

WIM UK ha hecho público recientemente el listado 100 Global Inspirational Women in Mining, WIM100 2022, que para esta edición ha recibido un total de 915 nominaciones de 491 mujeres del sector procedentes de 61

La directora general de Atlantic Copper ha sido seleccionada "por su inspiradora contribución a una industria minera y de transformación más fuerte, segura y sostenible. Esto incluye la realización de cambios positivos y con impacto, la promoción y la capacitación de otras personas, la perseverancia frente a la adversidad y la capacidad de encontrar soluciones a los desafíos"

"Es un gran honor para mí formar parte del 100 Global Inspirational Women in Mining en su edición de 2022 y quiero compartir este reconocimiento con todas las personas que me inspiran cada día a trabajar con ilusión, a aprender sin límite, a disfrutar de mi trabajo y a afrontar con valentía los nuevos retos, contribuyendo todo ello a incrementar mi pasión por la minería y los metales", ha subravado.



Manuel Parejo: "La economía mundial, generalizando, podría empezar a mejorar a lo largo del próximo año"

### **ENTREVISTA**

#### MANUEL PAREJO GUZMÁN

DIRECTOR GENERAL DE LA FUNDACIÓN LABORAL ANDALUZA DEL CEMENTO Y EL MEDIO AMBIENTE. DOCTOR EN ECONOMÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El gobierno no para de decirnos que
la situación económica está mucho
mejor y que hay indicadores, como el del
paro, que están mejorando mes a mes.
En las últimas semanas incluso se afirmaba que los precios están empezando
a bajar y la situación está empezando a
controlarse. ¿Cómo ve la situación económica actual en España?

En estos momentos la situación económica está sumida en una incertidumbre total. Con los indicadores actuales y las perspectivas a C/P que ofrecen entidades como el Banco de España, la OCDE o Funcas, parece demasiado atrevido manifestar que la economía española va bien y que mejorará en los próximos meses.

Los precios no están bajando, sino que están moderando su ritmo de crecimiento. Aun estando en fase de moderación, el dato sigue siendo muy alto. Según el indicador del IPC de noviembre, en el último año los precios han crecido un 6,8%. Es cierto que la inflación en España ha caído por debajo de la europea, pero de detrás de esto encontramos una serie de actuaciones artificiales puestas en marcha por el ejecutivo y que estamos pagando los ciudadanos. Me refiero a cuestiones como la "excepción ibérica" que, además de doblar los importes de las facturas eléctricas de los ciudadanos, ha sido utilizada por Francia para adquirir gas subvencionado.

Por otro lado el nivel de paro, a pesar de estar desvirtuado mediante el artificio de los trabajadores fijos discontinuos, se sitúa en torno al 12,5%, es el más alto de toda la UE.

En este contexto el nivel de deuda pública se sitúa ya en el 116% del PIB, lo cual no ha servido ni tan siquiera para alcanzar un nivel de crecimiento del PIB aceptable. Las previsiones iniciales del gobierno para 2023 del 2,1%, han sido revisadas a la baja por la práctica totalidad de las instituciones económicas de prestigio, que la sitúan en el entorno del 1%.

En el tercer trimestre de 2022 el crecimiento del PIB fue solo de un +0,2% y para el cuarto, según el Banco de España (BdE), se espera que se sitúe en el entorno del -0,3%. El binomio de inflación y crecimiento económico bajo o negativo, genera uno de los peores escenarios económicos posibles, conocido como "estanflación". La AIREF ya alertó hace algunas semanas de que la recesión técnica actual podría llevarnos a esta situación.

Esta situación que usted vaticina, ¿prevé que se alargue en el tiempo? Siempre hablamos de ciclos económicos y no todos tienen la misma durabilidad. En este caso, ¿se dilatará mucho en el tiempo?

Entiendo que la economía mundial, generalizando, podría empezar a mejorar a lo largo del próximo año. Ya hay países que han recuperado los niveles de crecimiento del PIB prepandémicos.

Sin embargo, en el caso de España es posible que nos demoremos más. No parece probable que recuperemos los niveles de crecimiento prepandémicos hasta 2024. El incremento del nivel de endeudamiento y del gasto público improductivo al que estamos asistiendo (bonos de trasporte gratuitos, apoyo a alquileres a jóvenes, bonos culturales, destinado solo a jóvenes que vayan a votar por primera vez, etc.), son medidas que contribuyen poco a controlar la inflación y no ayudan a dinamizar el crecimiento.

Cada economista y especialista tiene una teoría o forma de proceder. En su caso, ¿cree que se debería recurrir a una economía más proteccionista del Estado? ¿Más subida de impuestos o bajada de los mismos?

Nunca he creído en las economías 100% liberales. Por supuesto que el estado debe estar presente para corregir ciertas imperfecciones que se dan en los mercados y asistir a los más desprotegidos; aspectos como la

sanidad, la educación y las cuestiones sociales deben estar siempre garantizados. Pero una cosa es eso y otra muy distinta intentar combatir la inflación y los bajos niveles de crecimiento subiendo impuestos. El exceso de recaudación que se ha producido a cuenta de la inflación debería servir para bajar impuestos, reduciendo a la vez el gasto público improductivo. El gasto público incontrolado solo contribuye a generar mayor inflación, como podemos ver con el dato de la subyacente.

En una situación como la actual, creo que lo más acertado sería bajar impuestos para intentar atraer inversión, recaudar más, generar empleo y permitir que el ciudadano pueda disponer de mayor renta para gastarla como considere.

Hace semanas se presentaron los presupuestos generales del Estado y los de la CCAA de Andalucía. ¿Qué valoración puede hacerme de los mismos? ¿Son unos presupuestos que vienen a seguir fomentando esa economía expansiva de la que se habla?

Es cierto que ambos casos estamos hablando de presupuestos con una cifra de gasto récord, orientados a impulsar los aspectos sociales v con niveles de inversión destacables, sobre todo en Andalucía que se ha incrementado respecto al año pasado más de un 85%. Pero si se profundizamos en el análisis, encontramos dos cuestiones que merece la pena destacar. En primer lugar están los cuadros macroeconómicos. Un cuadro macroeconómico está constituido por el coniunto de expectativas -crecimiento del PIB. deuda, paro, nivel de gasto, etc.,- sobre el que se elaboran las cuentas. Los ingresos de los PGE de 2023 se han basado en unas expectativas de crecimiento del gobierno central que ascienden al 2,1%; la mayor parte de las instituciones económicas de referencia, como dije, sitúan el crecimiento en el entorno del 1%. Además, la AIREF ha planteado de manera expresa serias dudas acerca de estas previsiones. Pero en materia de gastos ocurre algo similar. El presupuesto contempla una bajada del montante destinado a prestaciones por desempleo, basada en la expectativa de que el nivel de paro se situará en 2023 en el 12%, cuando las previsiones del BdE lo sitúan en el 12,5%. Se contempla también un tímido aumento de los intereses de la deuda del 3%, basado en la expectativa de que la ratio de deuda sobre el PIB se reducirá desde el 116% actual hasta el 112,4% del PIB. Parecen ciertamente unas previsiones demasiado optimistas e inconsistentes.

Pero además, todavía tendremos que conocer con detalle el coste económico que supondrá las dádivas del gobierno a sus socios de pacto, ERC y Bildu.

Este tipo de cuestiones hacen pensar que de los presupuestos están basados en planteamientos fútiles e inconsistentes

Otro de los temas de actualidad lo ocupa la crisis energética y especialmente la del coste de la electricidad, situación tremendamente delicada que afecta a la economía doméstica y a las empresas y autónomos. ¿Cree que se han adoptado las medidas más acertadas, desde España y desde Europa para afrontar esta situación? ¿Qué otras medidas se podrán haber adoptado?

Parece obvio, a la vista de los precios eléctricos máximos que alcanzamos en marzo y los que aun mantenemos, que los gobiernos en general no han estado muy acertados en la



estrategia desarrollada en materia energética. La UE debería haber sacado en claro, tras lo que estamos viviendo, que un sistema de fiiación de precios marginalista no funciona de manera eficiente con productos con demanda inelástica, como es el caso de la electricidad. Por otro lado, en España podríamos habernos planteado eliminar de la factura eléctrica una parte relevante de los impuestos y costes regulados y por supuesto haber retomado el debate de las nucleares. Pensar que un país o una región puede funcionar exclusivamente con energías renovables -sol y viento- sin tener en cuenta energías de respaldo como el gas, las nucleares, el carbón o la hidráulica, no tiene ningún sentido

"En una situación como la actual, creo que lo más acertado sería bajar impuestos para intentar atraer inversión, recaudar más, generar empleo y permitir que el ciudadano pueda disponer de mayor renta para gastarla como considere"

Precisamente estos costes eléctricos tan elevados están generando para la industria una situación muy complicada y que dificulta enormemente el mantenimiento de su actividad normal. Me gustaría conocer su opinión, como directivo de una fundación que desarrolla su actividad en un sector industrial como el cementero ¿Cuál es la situación real en el que se encuentra la industria?

El pasado 17 de octubre, Financial Times publicó un artículo titulado ¿Hundirá la crisis energética a la industria europea?, que me llamó poderosamente la atención. Estaba firmado, entre otros, por la editora de la sección "International Business" Peggy Hollinger y alertaba el riesgo que corría la industria a cuenta de la crisis energética. La industria en general se encuentra en una situación muy complicada. Hemos visto casos de plantas de producción que, en determinados momentos, tuvieron que parar su producción, por no poder tan siquiera cubrir costes.

En esta línea, la Alianza por la Competitividad de la Industria Española, organización que representa a las 9 patronales industriales más importantes del país, viene solicitando al gobierno medidas para dotar de mayor competencia a la industria, tal y como la urgente celebración de subastas de energías inframarginales, soluciones para la cogeneración, reactivación del mecanismo de interrumpibilidad y compensación de costes indirectos de CO2, entre otras cuestiones. Sería interesante que el gobierno mostrara más sensibilidad hacia estas reivindicaciones, que solo pretenden garantizar el futuro de la industria española.

#### Y la industria cementera, centrándonos en algo más particular, ¿En qué situación económica se encuentra en estos momentos?

El sector de fabricación de cemento se encuentra sumido, al igual que ocurre con el resto de la industria y de la economía en general, en una gran incertidumbre. 2021 fue un año bastante bueno; el consumo en Andalucía creció un 15,3% y en España un 11%. Sin embargo, en 2022 está previsto que en Andalucía el consumo se retraiga un 4,5% y se quede a cero en España.

El año 2023, según las previsiones que manejamos en el sector, tampoco parece que vaya a ser muy bueno, pues esperamos una caída en el consumo en torno al 4,5 %. Aunque cabe indicar que la cifra final dependerá de muchos factores, como la gestión que del gobierno con la economía, la puesta en marcha efectiva de los fondos Next Generation y el nivel real de ejecución del presupuesto de inversión.

Y además de las cuestiones económicas, ¿qué otros temas ocupan y preocupan a la industria cementera andaluza?

El pasado 12 de diciembre tuvimos ocasión de presentar en Sevilla la Memoria de Sostenibilidad del Sector Cementero Andaluz, elaborada por FLACEMA, que es una fundación bipartita, integrada por las compañías fabricantes de cemento y clínker y por las organizaciones sindicales más representativas del sector. En esta presentación pusimos de manifiesto la preocupación y los esfuerzos que desarrolla el sector por cuestiones tales como la descarbonización de la economía; la economía circular, propiciando tanto la valorización material como la energética; el empleo de calidad y la seguridad y salud tanto de los trabajadores de nuestras fábricas, como de los vecinos que viven en los entornos de las mismas

### ¿Queda mucho recorrido para esta industria?

La industria cementera es una industria centenaria en Andalucía. A pesar del redimensionamiento que la misma está experimentando para adaptar su capacidad de producción al consumo real de mercado, no tengo dudas de que esta industria tiene vocación de permanecer en el tiempo en nuestra región, seguir invirtiendo y generando valor y empleo de calidad.

A modo de conclusión de esta entrevista en la que hemos hablado sobre distintos temas de actualidad económica, me gustaría que compartiera con nosotros, siempre bajo su punto de vista, tres medidas que serían necesarias para que la economía de Andalucía siguiera este recorrido ascendente.

Creo que el gobierno andaluz, en los últimos años, está desarrollando un papel positivo en favor de la economía de Andalucía. En mi opinión creo que hay tres pilares fundamentales en los que debe basarse una acción de gobierno para que resulte exitosa, sobre todo en una situación como la actual, en la que los indicadores económicos del país no son los mejores. Las dos primeras cuestiones están en el ámbito "macro" y la tercera en el "micro".

- 1.- En primer lugar es importante seguir apostando por bajadas de impuestos, para recaudar más y acompañarlas de procesos de optimización del gasto. De esta manera nunca se pondrá en riesgo ni el gasto productivo ni el de las políticas sociales.
- 2.- Hay que orientar la política económica al empleo, lo cual es sinónimo de crear un contexto favorable para la empresa, para la inversión y para la generación de actividad. Dentro de la actividad empresarial, por supuesto, podría el énfasis en el sector industrial, que es el que crea empleo de mayor calidad.
- 3.- Finalmente, ya en ámbito de la micro, que es sin duda el más complejo, es necesario impregnar a toda la administración, desde el presidente hasta el último funcionario, de las estrategias económicas, empresariales y sociales que impulse el gobierno. De nada sirve un planteamiento político para atraer inversión empresarial, agilizar procesos y generar empleo, si cuando una licencia llega al último escalón y recala en la mesa del funcionario, se demora varios años. Estoy seguro de que todos los procesos de simplificación acometidos por la Junta de Andalucía, coordinados desde la consejería de Presidencia, irán contribuyendo día a día a conseguir una administración más ágil y eficiente.

### Empleo culmina el pago de la ayuda de 4.500 euros a más de 4.700 autónomos



Se han abonado hoy subvenciones por valor de 21,33 millones destinadas a respaldar actuaciones para la transición a una economía verde y digital

a Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo ha resuelto ya el pago de 4.740 ayudas por un importe de 21,33 millones de euros para los trabajadores autónomos que han solicitado ayudas de 4.500 euros para actuaciones que favorezcan la transición hacia una economía verde y digital. Este programa, financiado con fondos del Mecanismo para la Recuperación y la Resiliencia (MRR), tiene previsto superar los 7.400 beneficiarios y los 33,3 millones de euros en una primera etapa, aunque está previsto ampliar el presupuesto con otros 6,1 millones para añadir otros 1.355 beneficiarios, debido a la positiva acogida de la convocatoria de ayudas.

El pasado miércoles, el Parlamento andaluz convalidó el decreto aprobado por el Consejo de Gobierno el pasado 5 de diciembre, que ha ampliado en tres meses el plazo para que autónomos y cooperativas puedan realizar la actuación subvencionada con 4.500 euros. En total, ya hay 4.740 resoluciones favorables para autónomos y otras 662 para cooperativas, que también pueden acceder a las subvenciones, lo que supone alcanzar ya los 5.410 beneficiarios.

El Decreto inicial establecía un plazo de 6 meses tras presentar la solicitud para realizar la actuación que, en el ejercicio de la actividad

económica, contribuyese a la consecución de una economía verde o de una economía digital, plazo que se amplió a 9 meses con el decreto que aprobó el Consejo de Gobierno. La medida contempla una ayuda a tanto alzado de 4.500 euros para el inicio de estas actividades, sea cual sea su coste. El plazo para solicitar las ayudas fue desde el 16 de junio y hasta el pasado 13 de julio de 2022.

El decreto también modificó las obligaciones que se imponen a los beneficiarios de la subvención, ampliando el tiempo en que debe mantenerse de forma ininterrumpida la condición de persona trabajadora

de COMPRAS

Ayuntamiento de Bormujos

autónoma o sociedad cooperativa, de al menos seis meses desde el día siguiente a la presentación de la solicitud, "hasta la fecha de ejecución de la actuación, si esta se desarrolla con posterioridad a los seis meses desde el día siguiente al de presentación de la solicitud".

El presupuesto procede de la aplicación de los fondos europeos del Mecanismo para la Recuperación y la Resiliencia (MRR) y forma parte de un paquete de 6 medidas aprobadas en Consejo de Gobierno en diciembre de 2021 con una dotación total de 167,7 millones de euros.

#### **Proyectos aprobados**

Entre las actuaciones aprobadas que se han acogido a esta ayuda en el ámbito de la economía verde, están proyectos ligados a placas fotovoltaicas y placas solares de autoconsumo; sustitución de ventanas para optimizar y mejorar la eficiencia energética; sustitución de máquina de combustión (motosierra) por maquinaria eléctrica; módulos de construcción en seco, que sustituyen a la construcción de obra tradicional, o utilización de tuberías de riego por goteo biodegradable, entre otros.

Con respecto a la economía digital, también están algunas actuaciones subvencionadas singulares como la adquisición de localizadores GPS para monitorizar la actividad del ganado bovino cuando esté pastando; proyectos de fisioterapia digital con la creación de una aplicación con contenido y ejercicios fisioterapéuticos para seguimiento de pacientes; sistema de cerraduras electrónicas para alojamientos turísticos; automatización de riegos para la actividad agrícola a través de una APP, la instalación de un sensor inalámbrico patentado que utiliza tecnología láser para la medición de sólidos en el interior de los silos, para el control del pienso en la explotación avícola, o una aplicación para clases de preparación al parto y posterior recuperación de las pacientes.



nuestra app. Descárgatela.













### Rafael Bados:

"La campaña de Navidad es crucial de cara a dar viabilidad a muchos negocios para este próximo año"

### **ENTREVISTA**

**RAFAEL BADOS** 

PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE ANDALUCÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA El comercio ha sido castigado duramente por varias crisis seguidas a las que este año se ha unido la escalada en el coste de los suministros que castiga especialmente a los negocios más pequeños. Hágame un balance del año 2022

El año 2022 ha estado plagado de incertidumbres. Esperábamos que fuese un año en el que, una vez superado lo peor de la pandemia, se recuperase el consumo y el sector tuviese un respiro después de padecer las consecuencias de dos crisis consecutivas.

Sin embargo, la guerra de Ucrania ha incidido negativamente en el escenario internacional, ahondándose en la escalada de los precios y los costes de la energía, lo que ha repercutido tanto en las ventas como en los márgenes que tiene el comercio.

A lo que se ha añadido tener que hacer frente a los costes de las medidas necesarias para cumplir las exigencias de ahorro energético aprobadas por el Gobierno de la Nación. Balance agridulce.

Estamos en plena campaña de Navidad en la que los comerciantes ponen muchas esperanzas. ¿Servirá esta campaña para cerrar el año sin números rojos?

Estamos inmersos en la campaña de navidad, sin duda la principal campaña del sector y que este año sin duda alguna se nos antoja crucial de cara a dar viabilidad a muchos negocios para este próximo año.

En estas últimas semanas parece que la economía se está estabilizando y que la escalada de los precios se está conteniendo, lo que puede repercutir favorablemente en el consumo.

Aun así, la situación es complicada y estamos a la expectativa de ver como resulta la campaña navideña, que es la más importante para nuestro sector.

Acabamos de pasar la campaña del Black Friday y ahora se acercan las rebajas. ¿No cree que el sistema favorece en exceso a las grandes superficies a las empresas que tienen gran capacidad para ventas on-line?

Llevamos mucho tiempo denunciando que la desregulación de los horarios y festivos de apertura, así como la desregulación de las propias épocas de rebajas, sitúan al comercio de cercanía en una situación de inferioridad frente a grandes superficies y plataformas de comercio electrónico.

El comercio de cercanía no tiene la capacidad ni los recursos para competir con los gigantes del sector en estas condiciones, por lo que hemos reclamado la intervención de las administraciones públicas con competencia en la materia, sin mucho éxito hasta ahora.

Es necesario que se garantice la competencia en un sector en el que vamos a una situación de oli-

Hay una controversia con el tema de la libertad de horario. A su parecer ¿Cuál sería la solución a este problema que es ya antiguo y que cada año vuelve a ser noticia?

Hay que tener en cuenta que el comercio de cercanía no tiene la misma capacidad que las grandes superficies para abrir cualquier día a cualquier hora.

Si queremos mantener vivo el comercio de cercanía, con todo lo que aporta en materia de generación de riqueza, empleo y dinamismo en las zonas donde está implantado, las administraciones competentes tienen que ser conscientes que la regulación de horarios de apertura debe garantizar la capacidad para competir a todos los formatos comerciales y no generar desequilibrios en favor de aquellos que tienen más medios.

Hay que tener en cuenta además que las grandes plataformas de venta online están abiertas 24 horas al día, todo el año.



ΓΓ

El comercio de cercanía no tiene la capacidad ni los recursos para competir con los gigantes del sector

La despoblación es un grave problema en toda España y también el deterioro y la deshumanización del centro de las ciudades y para las dos cosas el comercio de barrio podría ser una tabla de salvación. ¿Se contempla de esta manera en las líneas de actuación de los gobiernos municipales, regionales o en el nacional?

El conjunto de las administraciones públicas está realizando, en mayor o menor medida, actuaciones para afrontar esta situación.

Sin embargo, muchos de estos programas no acaban de estar bien diseñados y ven mermada su eficacia. Además, en ocasiones se toman medidas contradictorias que tampoco ayudan mucho.

Como idea general, reclamamos que las administraciones competentes tengan más en cuenta las propuestas de los comerciantes, que al fin y al cabo es el que está pegado al terreno, y mejore su interlocución con las organizaciones representativas del sector.





### Mercedes Nuñez: "Esperamos que la campaña de Navidad crezca un 5% respeto al año pasado"

### **ENTREVISTA**

### **MERCEDES NUÑEZ**

CONFEDERACIÓN PROVINCIAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y AUTÓNOMOS DE SEVILLA **APROCOM** 

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

**APROCOM lleva cuarenta** años representando a los comerciantes de Sevilla. La evolución en este tiempo es más que evidente, pero ¿ha sido a peor?

APROCOM nace el 25 de mayo de 1977. Es una organización privada sin ánimo de lucro que integra de forma voluntaria a empresas y autónomos del comercio y servicios de Sevilla y Provincia. Surgió como un grupo de comerciantes que trataba de encontrar una solución para defender los intereses del pequeño y mediano comercio. El principal objetivo es prestar servicios, información y asesoramiento a nuestros asociados, para servirles de guía y orientación en su actividad empresarial diaria, ayudándoles a crecer y poniendo a su disposición herramientas que les permitan actualizarse y ser más competitivos, adaptándose a los nuevos hábitos de compra que el consumidor demanda. Es por ello que los comercios han ido evolucionando adaptando sus comercios a los tiempos actuales, tanto en sus infraestructuras, digitalización y formación de sus trabajadores, dado que el cliente de hoy está muy informado y a la hora de demandar un producto, llega con mucha información y la única forma de dar una prescripción correcta, es estar siempre con la máxima información y preparación de los productos que se comercializan, dado que esa prescripción personal es la que caracteriza la calidad de los comercios a los que representamos

En esta campaña de Navidad en la que nos encontramos se han desatado varias polémicas, una de ellas en torno al alumbrado navideño. ¿Los comerciantes de Sevilla están satisfechos de cómo se ha resuelto el problema?



La medida del Ayuntamiento hispalense de retrasar al día 5 de diciembre, víspera del puente festivo de la Constitución, el encendido del alumbrado navideño en las calles, es una medida de ahorro energético impulsado por el Gobierno local. Hemos conseguido que el horario de la iluminación navideña se ajuste al horario comercial, alargando el tiempo del encendido de las luces los fines de semana y festivos, considerando así los comercios que la medida beneficia a todas las partes y que todos estamos con el ahorro energético

Otro de los asuntos en los que hay un debate constante es en las fechas y horarios de apertura del comercio. ¿Ustedes abogan por la libertad total o creen que eso favorece a las grandes superficies en detrimento del comercio tradicio-

La Junta de Andalucía, establece un calendario de domingos y festivos. 16 en total, donde las grandes superficies, que tienen más de 300 metros pueden abrir al año.

**ESPECIAL NAVIDAD** 

Hay que tener en cuenta que los comercios pequeños, tienen libertad para abrir durante todo el año siempre v cuando no superen las 90 horas semanales de acuerdo con la Lev de horarios comerciales. Que ocurre, que si dichos comercios se encuentran cerca de grandes superficies y estas pueden abrir los domingos y festivos autorizados, suponen en muchas ocasiones como locomotoras para los pequeños comercios siempre que estos comercios tengan estructura para ello y puedan obtener una rentabilidad.

Otro temas son las denominadas Zonas de Gran afluencia turística, que recientemente se ha ampliado por la Junta de Andalucía, que es



rán en vigor en 2023. Así, serán declaradas en Sevilla las denominadas zonas de gran afluencia turísticas. ZGAT, la zona de Centro, Nervión, Triana y la Cartuja. En estas zonas, tanto pequeños comercios como superficies de más de 300 metros podrán abrir en periodos de Semana Santa v los meses de abril, mavo. junio, septiembre y octubre. Consideramos por tanto que el comercio tradicional se aprovechará de estas medidas pues el efecto llamada que tienen las grandes superficies, redundará también en atracción para el comercio tradicional y por ello en aumento de sus ventas

Las administraciones han puesto en marcha subvenciones e incentivos destinados a la modernización y digitalización del comercio. ¿Cree que son suficientes y que están teniendo buenos resultados?

Actuamos como interlocutores con las administraciones local y autonómica, para darles traslado de propuestas, queias o sugerencias de nuestros comercios y siempre trabajando en pro de una consecución de mejores condiciones para nuestros asociados. Ello redunda en última instancia en una mejora y desarrollo económico de la ciudad, en la que el sector del comercio representa un papel preponderante, intimamente ligado al turismo.

Las subvenciones para modernización y digitalización del comercio provienen de la Administración local y autonómica. Son subvenciones destinadas a las asociaciones v es APROCOM la que destina esos fondos a dar servicios a los asociados. Desde APROCOM, echamos de menos más ayudas directas a los comercios. La digitalización es un proceso complejo que supone no solo la adquisición de tecnología sino la preparación constante del personal del comercio, lo cual implica una inversión muy costosa para los comercios, es por ello que nosotros desde nuestra asociación estamos ayudando al asociado.

Desde 2018, comenzamos a implantar el Plan de Impulso al Comercio Local, basado en la digitalización, ayudando al asociado con páginas web y redes sociales, ayudando y formando al asociado para implantar las nuevas tecnologías. Continuamos en 2019 con otra edición de ese Plan. En 2021 y 2022 hemos dado un paso más ayudando a los comercios con la presencia

en internet a través de la ficha de Google My Business y con fotos 360 ° de los establecimientos.

En 2023 vamos a continuar con este proyecto, además de prestación de servicios en protección de datos, ciberseguridad, plan de igualdad, prevención del acoso o marketing digital. Todo ello sin coste para el asociado

El Ayuntamiento de Sevilla activó un bono para favorecer la compra en el comercio de proximidad hasta finales de noviembre. ¿Cómo ha funcionado esta iniciativa? ¿Cree que debería repetirse a lo largo del 2023?

Ha tenido una muy buena acogida entre los comercios porque han conseguido proyectarse mediante estos bonos comercios a un amplio número de clientes y además, con rápido retorno para el comercio de la parte económica subvencionada por la administración. La campaña de Bonos Consumo, acaba de lanzar su 2 edición y ayudará a que mejore los resultados de la campaña de navidad y esperamos posteriores ediciones en 2023 para seguir impulsando a nuestro comercio de cercanía.

#### ¿Cuáles son las previsiones que maneja APROCOM para esta campaña de Navidad y Rebajas y de cara al año 2023?

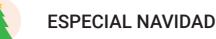
Es la primera campaña en una situación de normalidad sin restricciones, dado que en años anteriores la falta de movilidad y las medidas restrictivas impedían una campaña normal de navidad. Ello ha hecho que este año la vuelta a la normalidad se traduzca en unas ganas de compras, de ocio, de consumo, de salir. Lo hemos vivido en este pasado puente con la afluencia masiva de ciudadanos a las zonas comerciales.

También influye en que la temporada de verano se prolongaba mas de las fechas meteorológicas v este año ha sido más caluroso de lo normal, con lo que la llegada de la temporada otoño invierno es muy esperada por los comerciantes y muy deseada por los consumidores, ansiosos de comprar y renovar sus productos de invierno.

Además, el impulso por parte del ayuntamiento con la campaña de Bonos Consumo, que acaba de lanzar su 2 edición, ayudará a que mejore los resultados de la campaña de navidad. Esperamos que gracias a estos factores las cifras medias de incremento con respecto al año anterior superen el 5 %.

En cuanto a las Rebajas, no barajamos datos concretos porque el término rebaja ha perdido su esencia, dado que se liberalizó y los comercios pueden en cualquier periodo del año ofrecer rebajas de productos, enmascarados en promociones, campañas, descuentos de lineales... Por eso desde APRO-COM, seguimos pidiendo se vuelva a establecer unos periodos fijos de rebajas, que irían en beneficio de comercios y consumidores.

Diciembre 2022





# Manuel Romero Cárdenas: "Todo está en Bormujos' el lema de la campaña navideña de apoyo al comercio local"



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Navidad es una época muy esperada por los comerciantes y este año
más porque su situación es complicada.
¿Qué programas ha puesto en marcha
el área de comercio para favorecer las
compras navideñas en establecimientos
locales?

Pues desde la Delegación de Comercio y Turismo llevamos, desde que sufrimos la pandemia COVID19 que, como bien dices, ha complicado mucho la actividad a nuestros autónomos y pequeños comerciantes, impulsando iniciativas que les ayuden en lo posible a paliar las consecuencias de la crisis. Hemos puesto en marcha diversas iniciativas, y una de ellas, que precisamente estamos estrenando para esta campaña de Navidad, es la app 'De compras por Bormujos', cuyo lema es "Todo está en Bormujos". Con ello queremos transmitir a los clientes que en Bormujos pueden encontrar casi cualquier cosa que quieran comprar, y que aunque no haya aquí tiendas de grandes cadenas, el pequeño comercio, el comercio de cercanía, ofrece todo tipo de servicios. Esta aplicación ha sido diseñada en función de las propuestas de los propios comerciantes intentando que les sea de la mayor utilidad posible.

### ¿En qué consiste esta app?

Se trata de una aplicación móvil en la que los comercios tienen diversas herramientas. No sólo disponen de una plataforma donde poner todos sus datos de contacto, dirección, horario o cualquier información útil para los clientes, sino que además tienen la posibilidad de lanzar ofertas -puntuales o mantenidas en el tiempo- a las que los usuarios se pueden adherir y posteriormente recoger su pedido a un precio más económico. Evidentemente es importante que los comercios se den de alta en la aplicación (ya disponemos de una base de datos importante) y estamos llevando ade-

lante una campaña de comunicación para que los vecinos, bien de Bormujos, bien de otros municipios, se instalen la aplicación en sus teléfonos móviles para acceder a estos servicios.

### De hecho, estas épocas navideñas también pueden ser un buen momento para atraer a personas de pueblos cercanos. ¿Qué puede ofrecer Bormujos a sus vecinos del Aljarafe y de Sevilla?

Estamos hablando de un municipio acogedor, que tiene una amplia oferta tanto comercial como gastronómica. Es un lugar perfecto para venir con la familia a realizar tus compras y después acercarte a cualquiera de los muchos restaurantes, bares o cafeterías de la localidad. Como digo, la oferta gastronómica es amplísima, y para todo tipo de gustos. Y también hay que tener en cuenta que si el tiempo acompaña Bormujos es uno de los municipios con más zonas verdes del Aljarafe. Disfrutar de un rato de familia en cualquiera de sus parques es también un plan interesante.

#### Es usted el responsable del Área de Ciudad Consciente. ¿En qué consiste esta área y qué actividades desarrolla?

Pues se trata de un área que consideramos fundamental, en la que intentamos trasladar a los ciudadanos la idea de que la Administración está para ayudar y poner las herramientas necesarias para mejorar el municipio, pero sin su participación e implicación todo lo que se haga desde las distintas delegaciones de poco sirve. Por eso impulsamos a lo largo de todo el año actividades y campañas de concienciación, como la Swap Party, en la que los vecinos renuevan su armario intercambiando ropa que ya no usan, el mercado agroecológico del Aljarafe una vez al mes, donde acuden productores de nuestra localidad y municipios cercanos, o el Plan Barrio, que se está desarrollando actualmente y en el que implicamos a los vecinos para que ellos mismos decidan qué mejoras necesitan las zonas donde viven. Después los cargos públicos tenemos la responsabilidad de poner en marcha las medidas oportunas, pero como te decía el papel de los ciudadanos es crucial, y deben ser conscientes

#### ¿Qué papel juegan, a su entender, los comercios y empresas de la localidad en la vida de la misma?

El progreso de un municipio se consigue atendiendo a cada uno de los miembros del mismo. Nadie se puede quedar atrás. Por eso, desde el área de Ciudad Consciente creemos que debemos apoyar a cada uno de los vecinos, con sus necesidades y demandas, pero es fundamental también ayudar a sus emprendedores, a sus pequeños comercios, que a veces han sido los grandes olvidados y que son fundamentales para crear riqueza en cada localidad. Por eso llevamos tiempo poniendo en marcha iniciativas que generen actividad a nuestros comercios, como son la Ruta de la Tapa, la Feria de la Cerveza Artesana, el Urban Fest,... Precisamente la Ruta de la Tapa ha concedido a los clientes como premio unos bonos para gastar en los comercios de Bormujos que no son de restauración, de manera que esta actividad ha beneficiado tanto a los hosteleros como al resto de comercios.

Y también somos uno de los municipios que más ayudas directas ha concedido a sus pequeños negocios y autónomos, con hasta siete líneas de ayudas hasta el momento que han servido para apoyarles en los momentos más difíciles. El tejido empresarial, en definitiva, es clave para cualquier municipio y los responsables públicos debemos apoyarlo y dinamizarlo.



### Miguel Moreno: "Los violetes de Porcuna elaborados con acetite de oliva virgen extra atraen cada año a cientos de visitantes"



**ENTREVISTA** 

MIGUEL MORENO ALCALDE DE PORCUNA

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE ANDALUCÍA** 

Empieza una época en la que muchos andaluces se pueden tomar unos días de descanso y les gusta visitar lugares que no conocen. Dígame las razones por las que tienen que elegir su pueblo, Porcuna.

Porcuna es una ciudad amable y con más de cincuenta siglos de historia. Fueron varias civilizaciones las que pasaron por nuestra tierra y todas tuvieron el capricho y la delicadeza de dejar su impronta. Íberos, romanos, visigodos, andalusíes y cristianos. Todos dejaron un patrimonio arqueológico y arquitectónico del que nos sentimos profundamente orgullosos. Además, con una particularidad que nos diferencia del resto de territorios de la Península, y es que siempre se utilizó como hilo conductor y recurso propio la piedra extraída de las canteras de Porcuna. Un tipo de piedra de color rubio inconfundible con el resto. Anfiteatro Romano. Cisternas Romanas de La Calderona, Torre de Boabdil, Casa de la Piedra o las distintas salas del Museo Arqueológico son algunos de los espacios que conforman un conjunto de patrimonio histórico incomparable.

Al margen del enorme patrimonio artístico e histórico que tiene Porcuna, en Navidad en cada rincón de Andalucía se celebra la Navidad de una manera ¿Cuáles son las tradiciones navideñas de su pueblo?

Porcuna se reconoce como un pueblo con grandes tradiciones, y la Navidad se celebra como una fiesta entrañable en familia y amigos. Algo singular es la elaboración de dulces artesanos que inundan todas las casas de Porcuna, como son el borracho, gallina en leche o las perrunas. No obstante, también se mantiene, aunque cada vez menos, la tradicional matanza del cerdo.

En cuanto a la iluminación ¿qué decisiones han tomado ahora que nos debatimos entre favorecer a los comerciantes y ahorrar en luz?

Este año hemos aumentado los espacios de alumbrado de Navidad, y lo hacemos con bombillas de led para reducir el consumo lo máximo posible. Sin embargo, consideramos que en estas fechas debemos dinamizar y apoyar al pequeño comercio local de la ciudad. Al fin y al cabo, son pocos días y un bajo consumo, y el beneficio para el sector comercial es considerable.

La campaña navideña es muy importante a nivel de comercio y más este año ¿Qué acciones se han puesto en marcha para favorecer el comercio local?

Siempre es conveniente una campaña de Navidad que invite al consumidor a visitar el pequeño comercio, pero este año es sumamente necesario porque estamos atravesando una situación complicada. Así pues, hemos puesto en marcha varias acciones que sin duda servirán de reclamo al comerciante.

Por un lado, a través de los medios de comunicación, y por otro, con un sorteo de varios cheques regalo para consumo en los comercios de la localidad, una medida que ya hemos realizado en ediciones anteriores y que viene dando buen resultado.

"Siempre es conveniente una campaña de Navidad que invite al consumidor a visitar el pequeño comercio, pero este año es sumamente necesario porque estamos atravesando una situación complicada"

Porcuna y toda la provincia de Jaén tienen una gastronomía fantástica con el aceite de oliva virgen como hilo conductor. ¿Cómo influye la gastronomía en la oferta turística de Porcuna?

La gastronomía de Porcuna es exquisita, de hecho, la tenemos considerada como uno de los pilares patrimoniales de la localidad. Son cientos de visitantes los que recibimos a lo largo del año para degustar los famosos VIOLETES de Porcuna elaborados con acetite de oliva virgen extra.

Son varios los platos típicos y tradicionales tanto salados como dulces los que nuestros locales de restauración vienen ofreciendo a todos aquellos viajeros que eligen a Porcuna como destino turístico.



### **ENTREVISTA**

PATRICIA CAVADA ALCALDESA DE SAN FERNANDO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

San Fernando ya ha comenzado su Navidad, de la que usted ha dicho que va a ser especial porque serán unas fechas ya sin ninguna de las restricciones de la pandemia. ¿Qué quiere usted que sea esta Navidad en su localidad?

Este año hemos querido evidenciar que "San Fernando brilla", y brilla especialmente en Navidad.

Cuando llegan las navidades y el final del año nuestros sentimientos combinan momentos de enorme alegría con otros de tremenda añoranza. Son momentos de reencuentro y buenos deseos. Pero también es cuando los isleños y las isleñas volvemos a marcarnos nuevos propósitos para el año que comienza.

Y es entonces cuando esta ciudad brilla con cada una de esas nuevas metas e ilusiones. Hemos querido reflejar esas nuevas esperanzas en la imagen institucional de la ciudad para estas fechas, simbolizando con cada luz y cada detalle el espíritu de cada uno de esos nuevos propósitos.

San Fernando brilla con fuerza gracias a los esfuerzos, ilusiones y propósitos de sus habitantes, que empujan a que esta ciudad avance de manera decidida hacia la consecución de nuestros sueños colectivos.

En base a esa idea hemos diseñado y planificado con mucho esfuerzo e ilusión una gran oferta, y todo está preparado para que nos dispongamos a vivir una maravillosa Navidad. Para ello, contamos con una decoración muy mimada y un extenso calendario de actos para el disfrute de los isleños e isleñas, y para todos los que llegan de fuera atraídos por esta oferta.

#### Para el comercio es una fecha muy importante. ¿Qué medidas han tomado para que realmente la gente se vuelque con el comercio de proximidad?

San Fernando es ya por méritos propios la Ciudad de los Eventos. Es difícil encontrar un fin de semana al año en el que no haya una cita programada para disfrute de la ciudadanía local, pero también porque estamos convencidos de que la dinamización es fundamental para la economía, para crear riqueza y empleo en el comercio y la hostelería.

Esa se puede comprobar en nuestra programación de grandes celebraciones como el Carnaval, Halloween, el verano o la propia Navidad. Cada detalle de la pro-



**ESPECIAL NAVIDAD** 

### Patricia Cavada:

### "San Fernando brilla con fuerza gracias a los esfuerzos, ilusiones y propósitos de sus habitantes"

gramación, de la decoración y de la oferta de estos eventos está pensada para atraer a muchas personas a la ciudad y que participen de nuestra propuesta. Y eso revierte directamente en los negocios locales, como venimos comprobando para satisfacción del sector del comercio y la hostelería. Porque la gente acaba consumiendo aquí, y adquiriendo en nuestro Centro Comercial Abierto sus regalos o compras de ropa o complementos.

De hecho, muchas de las acciones no solo las diseñamos de la mano, sino que además se enriquecen con sus propias propuestas, como son las rutas gastronómicas navideñas o de Semana Santa, o sus propios pasacalles y conciertos que se suman a la oferta municipal.

A todo eso hay que añadir el apoyo constante que damos a las entidades profesionales que agrupan a comerciantes y hosteleros, con convenios y respaldo económico para apoyar sus campañas promocionales, acciones, formación o transformación digital.

El alumbrado este año es un motivo de controversia. Algunos Ayuntamientos han acortado las horas de luz, otros han reducido la iluminación. ¿Cuál ha sido su opción?

Somos una ciudad verde, sos-

tenible, con una apuesta firme y decidida de lucha contra el cambio climático, y por eso siempre hemos tenido muy claro que teníamos que adoptar medidas sobre este asunto.

En lo que respecta al alumbrado navideño, hemos logrado que este año haya llegado a muchos más barrios de San Fernando, como pedían los vecinos y vecinas, aunque eso no ha impedido que se pueda cumplir con el objetivo de apostar por el ahorro energético y de tener cada vez un menor consumo.

De hecho, en nuestro caso hemos cuantificado en un 20% la reducción del consumo, resultante de retrasar una semana el tradicional encendido, y de reducir las horas en las que estará encendido (a diario se apagará a las 00.00 horas en vez de las 2.00; los fines de semana y festivos lo hará a las 2.00 en vez de las 5.00; y los días señalados del 24 y 31 de diciembre y 5 de enero lo hará a las 5.00 en vez de las 8.00 horas). Además, todos los puntos son LED, lo que supone un consumo mucho menor.

### La Navidad también es una época solidaria. ¿Qué iniciativas se han puesto en marcha en este sentido?

Si hay una acción que active en estas fechas la solidaridad de la sociedad isleña, y que nos haga trabajar a todas las partes de forma conjunta y al unísono, es la tradicional campaña 'Ningún niño sin juguete', que garantiza que todas las familias isleñas dispondrán de regalos para los más pequeños en la mañana del día 6 de enero. Es una campaña promovida por la Asociación de Reyes Magos, que cada año permite atender a unos a más de 800 niños y niñas, y que se pone en marcha en estrecha colaboración con los Servicios Sociales del Ayuntamiento.

En el marco de esta iniciativa hay muchas citas, una de las más exitosas es la Feria Solidaria de Cortadores de Jamón, que este año ha batido récords de participación y recaudación. O la caranava solidaria, que este año ha desbordado las previsiones con coches, furgonetas y hasta autobuses participando en estos dos días de entrega de juguetes para la campaña.

Casi todas las acciones benéficas de San Fernando estos días se hacen para contribuir a esta causa, y a otras como apoyar la excelente labor que hace en la ciudad el comedor El Pan Nuestro, dedicado a atender a las personas sin hogar y las familias vulnerables de la ciudad.

#### Haga un llamamiento a los andaluces para que visiten San Fernando en estas fechas. ¿Qué no nos podemos perder?

Como decía, toda San Fernando brilla en Navidad. Estas fechas son uno de nuestros momentos más especiales, y por eso la ciudad se llena de visitantes.

Sin duda, uno de los platos fuertes de la Navidad isleña es el Edificio Consistorial y su espectacular y cuidada decoración, que dan mayor realce si cabe a este edificio del siglo XVIII. Además, este año el Ayuntamiento alberga de nuevo un gran Belén diseñado por la asociación de belenistas El Redentor, que supone la vuelta del Nacimiento municipal a esta sede tras una década. Es un trabajo magnífico, de una enorme calidad, y lleno de estampas de la ciudad.

Además, la fachada del Ayuntamiento suma este año a la decoración la presencia de dos ángeles gigantes que protagonizan a diario un espectáculo de luz y sonido con varios pases.

Otro de los aspectos que nos hacen singulares es cómo la magia de la Navidad hace las delicias de los niños y las niñas. Y es que hasta el próximo día 24 de diciembre Papá Noel y sus elfos esperan la visita de los más pequeños en su casa ubicada en la calle Real, cerca de la Plaza de la Iglesia. Es una de las visitas estrella.

A continuación, cogerán el testigo de la ilusión los Reyes Magos, cuya estancia se ubicará en el Castillo San Romualdo y a donde se podrá acudir para vivir la magia que rodea a esta comitiva real desde el día 26 de diciembre al 4 de enero

El plato fuerte llegará el día 5 de enero, una de las jornadas más especiales que dará comienzo con la llegada de Sus Majestades los Reyes Magos de Oriente en helicóptero al Estadio, tras lo cual llegará el turno del paseo en autobús descapotable junto al Heraldo Real y la Estrella de Oriente por toda la ciudad horas antes la tradicional Cabalgata que recorrerá el centro de la ciudad.



**ESPECIAL NAVIDAD** 

# Antonio Gemio: "Las grandes superficies tienen que adaptarse al comercio de barrio"



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA Cada año la campaña de Navidad se adelanta con el Black Friday. ¿Qué sensaciones han dejado estos primeros días?

La sensación que este año ha dejado el Black Friday es bastante positiva. Estábamos esperando como agua de mayo que llegaran estos días festivos y el balance ha sido positivo, en algunos casos en un porcentaje mayor que el año pasado y en otros se ha igualado. Como pensábamos este viernes había venido para quedarse y afortunada-

mente es un día mas de ventas y un día importante de ventas.

Una de las polémicas que ha surgido este año ha sido el tema de la iluminación de pueblos y ciudades debido al alto coste de la luz. ¿Cómo se ha resuelto esto en la provincia de Huelva? y ¿ha sido del agrado de los comerciantes?

Hace dos meses salió un globo sonda por parte de la Junta de Andalucía en el que se decía que para ahorrar costes energéticos el alumbrado se iba a postponer para mediados de diciembre, a partir de ahí hicimos nuestras manifestaciones públicas porque no estábamos de acuerdo. Nosotros tenemos un acuerdo, junto al Ayuntamiento de Huelva, en la mesa del comercio para que el alumbrado coincidiera con el Black Friday porque creemos que eran más días de venta, más alegría para la ciudad y más echar a la gente a la calle que es muy importante para el comercio. El día que salió la noticia contactamos directamente con el alcalde y él respaldó la decisión que se había tomado hace cinco años en la mesa del comercio

y por lo tanto se comprometió a encender el alumbrado el viernes 25 de noviembre como así se hizo. Por lo tanto, satisfacción y alegría porque se respetó el acuerdo que tenía el Ayuntamiento con la mesa del comercio.

Hace pocas fechas ha firmado usted un acuerdo con el Puerto de Huelva. ¿Cree que es necesaria esa integración real de la ciudad con el Puerto para favorecer el comercio de la capital?

Es fundamental que el Puerto esté integrado en la ciudad, tiene que trabajar para la ciudad y para el comercio igual que el Ayuntamiento y el comercio cuanto mayor nivel tenga con el Puerto saldrá beneficiado. Por eso es importante que la labor que se está desarrollando en el Puerto el Ayuntamiento la recepcione y colaboren los dos en sintonía para que el comercio y la ciudad sean mas fuertes.

> "Es fundamental que el Puerto esté integrado en la ciudad, tiene que trabajar para la ciudad y para el comercio igual que el Ayuntamiento"

La Junta de Andalucía ha sacado varias líneas de subvenciones e incentivos para el comercio. ¿Cree que son suficientes y qué consiguen paliar los problemas existentes?

Las subvenciones son muy cortas, no llegan a todos los comercios, llegan a muy pocos comercios. Estas líneas de subvenciones hay que incrementarlas en presupuesto. Además, todas tienen un alto grado de burocracia lo que hace que muchos comercios intenten acceder a las subvenciones y se queden a mitad de camino. Llegan tarde, llegan mal y son muy lentas. Para que realmente los comercios puedan beneficiarse deberían mover más dinero, tener menos burocracia y ser más rápidas y ágiles. Ahora mismo solicitar una subvención es meterte en un maremágnum de papeleo que es inviable para los comercios

¿Cuál es su opinión en cuento a la libertad de horarios del comercio? ¿Cree que favorece a las grandes superficies en detrimento del comercio de proximidad?

Siempre hemos dicho que las grandes superficies le comen el terreno al pequeño comercio. Hay un horario muy amplio que solo pueden cumplirlo las grandes superficies y el comercio de barrio no tiene capacidad económica para tener más empleados. Desde el año 2002 llevamos reclamando a las administraciones que hay que regular el horario comercial. Creo que hay una labor muy importante que hacer por parte de las administraciones para que las grandes superficies no salgan siempre beneficiadas. Hay que regular y que las grandes superficies se adapten al comercio de barrio.



Diciembre 2022

Belén Garach: "Grupo Abades es proximidad, compromiso e innovación"



**ENTREVISTA** 

BELÉN GARACH RRII. GRUPO ABADES REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El grupo Abades tiene una

El grupo Abades tiene una amplia oferta de restauración en toda Andalucía lo que lo hace muy atractivo a la hora de celebrar reuniones familiares o de empresa tan típicas en estas fechas. ¿Cómo se está desarrollando la pre-navidad y que

### previsiones hay hasta después de Reyes?

La pre-Navidad como tal entiendo, es la que definimos como los días previos y este avance navideño cada año es más amplio. Antes, casi todas las reuniones de Navidad se hacían entre el 10 y el 20 de diciembre, muy marcadas por el puente de

diciembre y la Nochebuena, ahora se está tendiendo a ampliar y a comenzar los eventos navideños en los últimos días de noviembre y los primeros de diciembre para que las agendas laborales también se adapten más a los eventos navideños. Tenemos que recordar que hay colectivos profesionales que por su intensa actividad en Navidad incluso no disponen casi de días festivos y que también hay muchas familias que viajan para encontrase con los suyos nada más que llegan las vacaciones de sus hijos.

Con respecto a la previsión pre-Navidad, en números podríamos asegurar que el 70% se celebra antes del 23 de diciembre, y el 30% sería desde el día Nochebuena hasta el día de Reyes. Tenemos que diferenciar los eventos de empresas y colectivos profesionales, con los de amigos y familiares. Siendo los primeros siempre antes de Nochebuena y los segundos más a partir del 20 de diciembre.

Cada vez han más costumbre de comer o cenar fuer los días de Nochebuena y Fin de Año. ¿Qué se van a encontrar las personas que elijan un establecimiento del grupo Abades?

Hay un día familiar por excelencia, la Nochebuena; esa noche, Grupo Abades respeta la familia y no se organiza nada salvo lo estrictamente necesario o solicitado por el cliente y contando con la disponibilidad y voluntariedad del personal. Hay establecimientos donde hay servicios de guardia como en los hoteles y áreas de servicio para que todos los que viajan en esos días también estén atendidos como se merecen en fechas tan entrañables.

Con respecto a Nochevieja, hay una amplia oferta porque es ya más una noche de salir y disfrutar, y también de viajar; hay mucha gente de vacaciones y ocio que quiere tomar las uvas y bailar. En casi todos los hoteles y mayoría de restaurantes y fincas hay cenas y fiestas con una gran variedad de opciones para que cada cliente escoja donde pasar una noche fantástica.

A ustedes les gusta destacar los valores que tienen como grupo, la proximidad, el compromiso, la innovación. ¿Cree que eso aporta un plus a sus clientes?

Efectivamente como grupo empresarial tenemos esos valores de proximidad, estamos muy diversificados y cercanos a todos nuestros clientes con el compromiso de satisfacer a todos ellos. Intentamos no sólo dar lo mejor por nuestra experiencia gracias a los años que nos avalan en nuestro sector, sino que también pensamos en la innovación como una herramienta fundamental

para acercarnos a un futuro responsable, con la sostenibilidad y respeto con el medio ambiente como premisa. La innovación no es solo evolucionar hacia el desarrollo de los negocios en aspectos como las actualizaciones en gastronomía, instalaciones, formación; es hacerlo con respeto y hoy en día en la hostelería esta innovación es necesaria y fundamental.

"Pensamos en la innovación como una herramienta fundamental para acercarnos a un futuro responsable, con la sostenibilidad y respeto con el medio ambiente como premisa"

En esta época navideña es también importante hablar de la responsabilidad social que deben asumir las empresas. ¿En qué acciones solidarias está implicado el grupo Abades?

La Navidad no es sólo la época en la que Grupo Abades es solidario y tiene responsabilidad social. Durante los 12 meses del año, colaboramos en muchas acciones solidarias fomentando el deporte, la formación, atendiendo los grupos más desfavorecidos y marginados.

Desde hace poco Fundación Abades está ya ampliado aún más esta labor de solidaridad y ampliando su gestión; en la pre-Navidad se han desarrollado acciones nuevas que han llegado a asociaciones de todo tipo actuando en diversos campos y territorios.

Se muestran también comprometidos con el bienestar de sus propios empleados. ¿Cómo se celebra la Navidad de puertas para adentro en su grupo?

Con respecto al personal de Grupo Abades, somos casi 2.000 compañeros. Ellos hacen posible que todos los días funcionen las áreas de servicio, hoteles, restaurantes, cafeterías de hospitales, fincas de eventos. Grupo Abades consigue establecer turnos y sistema de vacaciones para que todos puedan disfrutar de días para estar con la familia. Gracias a que la Navidad es larga, los turnos de vacaciones bien organizadas, nos permite que todos podamos tener nuestros días de descanso.

También por negocios y zonas geográficas hay días de reuniones y copita de Navidad y felicitación navideña para todos.



**ESPECIAL NAVIDAD** 



### Juan Foronda Balbuena:

# "Los diseñadores y firmas internacionales han convertido el mantón en máxima tendencia actual"

### **ENTREVISTA**

### JUAN FORONDA BALBUENA

GERENTE DE BORDADOS FORONDA SA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Foronda es uno de los establecimientos más antiguos que se pueden encontrar en el centro de Sevilla por eso podrá usted valorar perfectamente cómo ha cambiado el centro en estos años a nivel comercial.

Pues sí, el hecho de ser una firma centenaria nos ha permitido ver cómo ha ido evolucionando el centro a nivel comercial y la tendencia existente en los centros de las grandes ciudades donde comercios tradicionales de toda la vida están teniendo que echar el cierre ante las dificultades por las que hemos pasado los últimos años y la voracidad de las franquicias.

Por ello, es de felicitar la apuesta de la Cámara de Comercio y de las Administraciones públicas, tanto del Ayuntamiento de Sevilla a través del programa de establecimientos emblemáticos con la finalidad de reconocer y ayudar a negocios tradicionales de la ciudad y conseguir que no se pierda la esencia comercial del centro de la ciudad con la llegada de nuevas franquicias; como de la Junta de Andalucía con los proyectos de planificación del relevo generacional para contribuir a dar continuidad a pequeñas empresas; o la de la Unión Europea con los fondos "next generation", para la eficiencia energética o la digitalización de las pymes.

Los comerciantes han tenido que reinventarse muchas veces, pero esta época parece especialmente difícil con la proliferación de grandes superficies y las compras on-line. ¿Cómo se ha adaptado Foronda a estos nuevos tiempos?

Hoy día consideramos imprescindible la especialización y tener un equipo de trabajo cualificado. Si queremos sobrevivir lo hemos de hacer con un producto especializado y con un servicio al cliente muy profesional v cercano que hagan que el cliente se sienta especial en su experiencia de compra. Por otro lado, hoy día hay que adaptar sí o sí los comercios tradicionales a las nuevas tecnologías y nosotros así lo hemos hecho, empezamos esa transformación justo cuando nos golpeó la pandemia de lleno y en la actualidad tenemos un porcentaje creciente de ventas online y una actividad permanente en redes sociales que hoy día es, sin duda, el mejor escaparate que un comercio puede tener.

Foronda es un negocio familiar que va pasando de generación en generación. ¿Qué aportan estos nuevos miembros que se van incorporando a la modernización de su empresa?

Foronda es un negocio de tercera generación en la que cada una fue aportando lo mejor de sí, la primera generación (nuestro abuelo) fundó el negocio, la segunda generación (nuestros padres) expandieron el mismo con la apertura de nuevas tiendas y la expansión del negocio tanto a nivel nacional como internacional, y nosotros, la tercera generación, hemos aportado la continuidad, la adaptación a las nuevas tecnologías y un mayor conocimiento y presencia de la firma Foronda a nivel mundial.

Ustedes trabajan con un producto muy tradicional como son los mantones, las mantillas, los abanicos... ¿son productos que tienen buena aceptación en esta época de Navidad?

La época de Navidad a nivel comercial ha cambiado mucho en los últimos años, dejando de ser para nosotros temporada alta, si bien es verdad que hay muchos clientes que



eligen sobre todo el mantón, para regalar en Navidad, pues el mantón o la mantilla siguen representando la tradición española dentro y fuera de España y han sido utilizados por grandes figuras, como nuestra reina Letizia. Ahora estas piezas artesanas también son utilizadas en sus estilismos por muchos diseñadores y firmas internacionales, hasta convertirlo en máxima tendencia

"La tercera generación, hemos aportado la continuidad, la adaptación a las nuevas tecnologías y un mayor conocimiento y presencia de la firma Foronda a nivel mundial"

Son piezas artesanas que poseen un valor artístico y que, con frecuencia, pasan de generación en generación en una familia, por lo que también son muy apreciadas, y además son muy versátiles, por lo que son un regalo de Navidad muy valorado.

Se ha iniciado una campaña, que ustedes apoyan, para

que el traje de flamenca sea Patrimonio de la Humanidad. ¿cree que conseguirán esa declaración? Y ¿por qué es importante para sus negocios que se consiguiera?

Sí, esta campaña fue iniciada por la Asociación de moda flamenca Qlamenco, a la que tenemos el orgullo de pertenecer y desde el principio prestamos nuestro apoyo a dicha iniciativa.

Creemos que sí se puede conseguir, pues ya existen casos muy similares. Por ejemplo, lo hemos visto este mismo año con la blusa tradicional con bordado en los hombros declarada elemento de la identidad cultural en Rumania y la República de Moldavia. El traje de flamenca v sus complementos configuran no solo una imagen de Andalucía sino la imagen de España a nivel internacional. Es el único traje regional que se renueva según la moda, que varía, que cambia y que crea tendencias que además se han convertido en fuente de inspiración de la moda en el mundo entero.

El traje de flamenca y sus complementos implican profesiones artesanales tradicionales de nuestra tierra: el diseño, el patronaje, el cosido, el bordado, la aplicación de manualidades, la realización artesanal del flecado, la elaboración de mantones y mantoncillos, el diseño y la fabricación de accesorios como zapatos, flores y joyas. Todas ellas conforman un conjunto estético con una vinculación incuestionable a nuestra cultura. En este sentido, sería un reconocimiento importante a todas estas profesiones artesanales.



Diciembre 2022

### Marisa de Azcárate: "A Andalucía le falta oferta de alojamientos de alto nivel"

### **ENTREVISTA**

MARISA DE AZCÁRATE FUNDADORA DE GRUPO KAIZEN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA El grupo Kaizen ha hecho una gran apuesta por Andalucía ampliando incluso el número de establecimientos en la post-pandemia. ¿Cuál es el balance de este 2022?

Comencé apostando por Andalucía por razones personales, pero seguimos apostando por Andalucía por razones estrictamente profesionales. Hay muy pocos lugares en el mundo tan completos como Andalucía para el turismo. Yo he viajado mucho y en mi opinión, y lo digo a boca llena, si no es el mejor del mundo, está entre los cinco primeros.

Comenzamos el proyecto de los hoteles Kaizen, con las ideas muy claras y los deberes bien hechos antes de la pandemia. Esta nos pilló construyendo. Así que seguimos con nuestros planes y no paramos ni un día. Es cierto que nos afectó, como a todos, el año y pico que no hubo turistas, pero, como digo, lo dedicamos a ampliar, tal y como estaba planeado, y así, ahora, en el año 2022, hemos podido aprovechar la vuelta del turismo.

El balance del año 2022 ha sido muy bueno en muchos sentidos, no solamente respecto al comienzo de la actividad y las perspectivas para los años que vienen - que son muy buenas en nuestro nicho de mercado -, sino que además hemos formado y consolidado equipos, algo muy importante que nos permite poder dar un servicio excepcional como el que estamos dando.

Aprovechando tu pregunta me vas a permitir también que diga que, en nuestro sector, en el año 2022 partimos de negativo, partimos de las perdidas por falta de ingresos de un año y medio de inactividad, en el que sin embargo hemos manteniendo equipos y planes de desarrollo. Lamento decir que no hemos recibido ningún apoyo de nadie, ninguna subvención, ayuda de algo, reducción de impuestos... Hemos solicitado alguna ayuda pero no hemos recibido ninguna respuesta por ahora. No solo eso, sino que hasta hemos tenido que ir a los tribunales para que no nos cobraran de más. Eso está muy mal. Los empresarios estamos generando riqueza, recuperando patrimonio para la ciudad, creando puestos de trabajo, elevando el nivel de oferta... y pedimos apoyo para invertir, no para gastárnoslo en fiestas. Para generar riqueza, riqueza de la que se beneficia toda la sociedad. Pero nada, lo tenemos que hacer todo a pulso. Hay ayudas hoy en dia para tantas tontadas e incluso estamos devolviendo ayudas a Europa por no usarlas, asi que no entiendo como no se ayuda a los empresarios serios que demostramos bien demostrado lo que estamos haciendo. No me lo explico. No todo pueden ser ayudas sociales gratuitas porque no podemos solo gastar, hay que gestionar bien y ayudar al que invierte,



no al que gasta. Con alguna ayuda podríamos invertir mas y mejor, especialmente en equipos y personas que tanto lo necesitan en estos tiempos tan revueltos.

Ústedes tienen un hotel en la aldea del Rocío que de unos años aquí se ha convertido en uno de los lugares favoritos para la celebración de las fiestas navideñas. ¿Cómo se celebran estas fechas en sus establecimientos?

Os diré que, personalmente, yo estoy enamorada del Hotel La Malvasia, rodeado del Coto de Doñana, con la Virgen del Rocío a dos minutos andando y un alojamiento de lujo en todos los sentidos ... no hay otro sitio igual. Las fiestas de Navidad las celebramos por todo lo alto.

A nosotros nos gusta especialmente la Navidad. Es una época preciosa y una oportunidad como ninguna para recapitular y dar gracias a Dios, a los equipos y a toda la gente buena que nos rodea por estar ahí con nosotros y darnos lo mejor de sí mismos.

Por eso, en Kaizen Hoteles, vestimos de Navidad nuestros hoteles con muchísimo cariño, a la manera que lo hacen en Nueva York o en Londres, para aportar a la ciudad nuestro grano de arena de belleza y de alegría en estas fiestas tan bonitas.

Los vestimos con decoraciones bellísimas, árboles de Navidad de 5 y 6 m, de altura, detalles en las habitaciones, en los restaurantes, y además organizamos un montón de actividades como el Cartero Real todas las tardes para los niños, la Jacaranda y el Olivo de los Deseos, recolectas de juguetes para los niños de Cáritas, conciertos, meriendas con Roscón de Reyes, etc. Cada año se nos ocurren cosas distintas y más bonitas. Y por supuesto, hacemos cenas muy especiales para Nochebuena y para Fin de Año. Este Fin de Año en La Malvasia por ejemplo lo van a celebrar de manera muy muy especial, que no desvelo porque si no Saray, la directora, ¡me mataría!

#### Su apuesta es por un turismo de lujo. En el momento que vivimos ¿hay espacio para tantos hoteles de gran lujo como se están abriendo en Andalucía?

A Andalucía le falta oferta de alojamientos de alto nivel. Esa es la verdad. Tenemos mucha oferta de hoteles y gastronomía barata, pero ya no de Gran Lujo, ni siquiera de lujo. No lo entiendo, porque, en Andalucía, lo que tenemos para ver y disfrutar es espectacular, playas, sierras, monumentos, museos, arte, cultura, flamenco, tradiciones, gastronomía, un clima estupendo... todo es espectacular y extraordinario, apto para turistas internacionales de nivel cultural alto. Y sin embargo a la hora del alojamiento nuestra oferta es barata y de calidad muy mediocre.

Es imperativo que hagamos alojamientos a la altura de la oferta turística que tenemos. Si hay oferta habrá demanda.

No nos damos cuenta de lo importante que es el alojamiento a nivel turístico. Le voy a poner un ejemplo: si uno va a visitar una ciudad preciosa, magnífica con mucho que ofrecer, pero el alojamiento es deficiente, por supuesto que uno disfruta de todo lo que le ofrece la ciudad, pero cuando se levanta por la mañana, se vuelve a su país pensando que, vale, ya ha visto la ciudad, la ha disfrutado mucho, pero no vuelve.

Sin embargo, si el alojamiento es estupendo, ha dormido bien y además de encantarle la ciudad ha disfrutado también del Hotel, cuando se va, se va pensando en volver, en traer a su familia o hacer un viaje con sus amigos y lo recomienda a otros.

Eso nos ha pasado todos y sabéis que es cierto. Por eso, con respecto al turismo no solamente nos tenemos que ocupar de tener la ciudad bonita, segura y mantener bien nuestros monumentos, etc. sino que, además, nos tenemos que preocupar de tener alojamientos buenos, no solo para que la gente venga, sino para que la gente regrese y lo recomiende a otros.

Y, por supuesto, si la oferta es buena, también conseguiremos que el turista que viene gaste más y generaremos más riqueza para todos.

La pandemia nos ha cambiado a todos un poco y supongo que también nuestros hábitos a la hora de viajar y de alojarnos en hoteles. ¿Cómo analiza usted el momento actual por lo que se refiere al sector del turismo?

Pienso que el encierro nos ha hecho valorar más nuestras libertades individuales y nuestro tiempo personal. Estar encerrados, no movernos, es vegetar. Viajar, conocer, hacer cosas, es vivir. Me da la impresión de que ahora valoramos más nuestras salidas, nuestros viajes, nuestro dinero... y queremos gastarlo bien. Es decir, lo importante no es lo que cuesta algo, es que te merezca la pena hasta el último céntimo. Algo, por barato que sea, si es una porquería y no te ha hecho disfrutar a tope es dinero mal gastado. Ahora creo que se valora más la excelencia, la experiencia maravillosa, lo que merece la pena, el dinero bien gastado.

Nosotros estamos en el sector del gran lujo

que siempre ha tenido muy claro esto. Y estas personas saben que viajar es cultura, disfrute, experiencias y recuerdos que perdurarán siempre - y que, al final, es lo que te llevas. El alojamiento es una parte importante de esa experiencia y de esos recuerdos, por lo que hay que elegir muy bien para obtener el valor deseado.

Espero que hayamos aprendido a descartar lo que no merece la pena y centrarnos en lo importante. En lo que si merece la pena. Y en vivir en lugar de vegetar. Kaizen Hoteles tenemos como objetivo no solo cumplir las expectativas del cliente, sino sorprenderle. Que cuando se vaya, se vaya feliz y con ganas de volver a disfrutar del hotel y de recomendarlo para que otros lo disfruten también.

En nuestros hoteles desde luego estamos notando esto. El hecho de que la gente empieza a no solo querer una cama limpia y una buena ducha, sino que aprecia mucho la belleza, el bienestar, la calidad, el servicio y la experiencia.

### Cuesta trabajo encontrar a una mujer al mando de una gran empresa. En su caso ¿esto ha sido una ventaja o un inconveniente?

Hace más de 30 años, cuando empecé a dirigir y expandir empresas había muchos prejuicios. Te subestimaban, acosaban, y, a veces, incluso te sobre estimaban solo por tu dedicación al trabajo o por haber hecho el trabajo bien, como lo habría hecho cualquiera, cosa que, por lo visto, no se esperaban de una mujer. Era complicado.

Pero, sin embargo, hoy en día la situación ha cambiado totalmente. En el ámbito profesional no hay tanto machismo ni tantos prejuicios, las leyes son exactamente iguales para todos, hombres y mujeres y a la persona, en la empresa, se la valora más por sus capacidades, aptitudes y actitudes que por su sexo, especialmente a las personas que llegan a altos cargos. Eso es así, salvando casos excepcionales que siempre los hay en todas partes, pero en general es así. Ya no sorprende ver a una mujer como primer ministro de un gobierno o presidente de una gran empresa. No se la valora por ser mujer, se la valora, al igual que a un hombre, por sus actos v sus resultados.

El problema de que haya pocas mujeres en alta dirección es porque aún, hoy en día, pocas mujeres están dispuestas a priorizar su trabajo frente a sus hijos, familia u otras cosas.

Mire usted, lo único que se necesita para llegar a la alta dirección de una empresa es lo mismo para hombres que para mujeres: Mucho tiempo y mucha dedicación.

Tenemos claro que uno es mejor cuanto más se practica, cuanto más tiempo le dedica al tema que sea. Ya sea un oficio, un deporte, un trabajo, el golf o lo que quieras. Cuanto más tiempo le dediques, más alto llegas. Hasta la llegada de los hijos ambos sexos evolucionan por igual en la empresa. Pero cuando los hijos llegan, las propias mujeres en un porcentaje aún muy alto, eligen quedarse en casa o dedicar gran parte de su tiempo a los hijos. La alta dirección no distingue sexos, pero si elige aquella persona que prioriza su trabajo por encima de otras cosas.

Y no es un tema que se arregle con ayudas sociales. Es un problema de tiempo. El día tiene 24 horas para todos. 8 horas para dormir y las otras 16 las divides como quieras. O se las dedicas prioritariamente al trabajo o se lo dedicas a la familia o mitad y mitad...tú eliges. Puedes elegir, pero el tiempo no se estira y no te lo pueden regalar.





**ESPECIAL NAVIDAD** 

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Para la restauración estas fechas
de final de año son muy importantes. ¿Qué ofrecen los restaurantes
de Azotea Grupo para poder celebrar
estas fiestas?

En nuestros tres espacios de Andalucía, El Cuartel del Mar en Chiclana de la Frontera, Sal Verde en San Roque y Justa Rufina, en Sevilla, diseñamos experiencias especiales de cara a estas fechas en las que el foco del público está puesto en nuestro propósito, que no es otro que celebrar.

Tenemos menús de Navidad especiales para grupos, tanto para empresas como para grupos de amigos o familias, que cada vez se juntan más no solo en las fechas señaladas, si no a lo largo de todo el mes. Son propuestas que tienen ese aire navideño que viste la mesa de manera especial, con algunas recetas clásicas, pero que siempre llevan el toque de creatividad tan característico de nuestro grupo.

Y sobre todo experiencias que van más allá de la gastronomía, como conciertos para los "tardeos", un mercado navideño, nuestras zambombas, un cocktail inspirado en el vino caliente de Navidad que ha diseñado nuestro mixólogo Luca Anastasio... siempre pensando en completar la experiencia del público en nuestros espacios.

En el restaurante de Sevilla Justa y Rufina se han aliado a una firma histórica como es Inés Rosales para celebrar la Navidad. ¿Es una línea estratégica trabajar con otras firmas locales?

Desde el nombre, JUSTA RUFINA, patronas de la ciudad, nuestro restaurante quiere estar muy cerca de Sevilla y de los sevillanos. Nos encanta trabajar con producto km 0 y hacer un guiño a lo local en

### Pedro Galán: "Un nuevo proyecto en Cádiz, en la playa, para 2023"



todas nuestras cartas. En este caso, pensando en hacer un dulce navideño tradicional con carácter sevillano y que además nos gustara, lo vimos claro, Inés Rosales era el partner perfecto.

Nuestro chef ejecutivo, Manuel Berganza, que tiene una brillante trayectoria internacional con estrella Michelin incluida, en un proyecto que abrió en Nueva York, ha diseñado, junto al equipo de I+D+i de Inés Rosales, una torta de aceite, Edición Especial Navidad 2022 en una receta única que solo podrán degustar los comensales de Justa Rufina en estas fechas. Está hecha con una base de naranja y se ha añadido hinojo, canela, clavo y jengibre, de manera que, al abrirla, el aroma es puro aroma a Navidad.

Azotea es un grupo madrileño. ¿Qué diferencias cree que hay entre Andalucía y el resto de España en cuanto a la restauración?

No creo que haya diferencias en la restauración. Si que la hay, según lo que comento con mis compañeros en cuanto a las costumbres de los públicos. Por ejemplo, en Madrid se sale los siete días de la semana y en Andalucía estamos un poco más anclados a algunas tradiciones y tenemos un poco más restringidos los momentos de consumo.

En cuanto a nuestra oferta, Azotea en un grupo madrileño de origen que se adapta a los emplazamientos en los que abre un espacio, confiando en trabajadores locales para el desarrollo de los proyectos. Y siempre con un guiño a lo local en las cartas, como comentábamos antes.

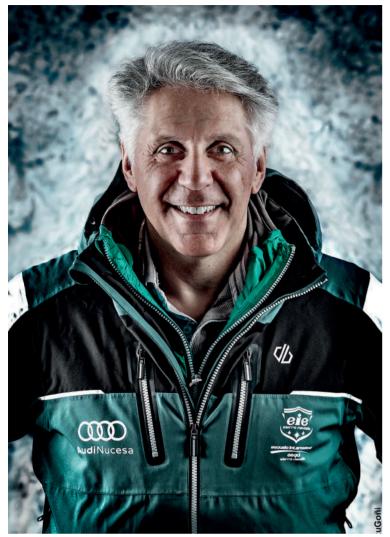
### Las terrazas de sus locales suelen estar muy solicitadas, por sus vistas y por su ambiente.

Si, las zonas al aire libre de nuestros restaurantes son el complemento perfecto a la experiencia gastronómica que ofrecemos en la parte cubierta y es verdad que están muy solicitadas porque todos nuestros espacios están en ubicaciones especiales y las vistas son impresionantes, cada una en su estilo.

También suma la oferta de coctelería, original y deliciosa y el ambientazo, muy mezclado, con gente que tiene en común las ganas de disfrutar.

#### ¿Cuáles son los planes de Azotea Grupo de cara al nuevo año que se avecina?

Tenemos un nuevo proyecto en Cádiz del que pronto podremos contaros detalles, pero os adelanto que está en una playa y que es un verdadero sueño. También en Madrid estamos ultimando los detalles de un nuevo gran proyecto para el que nos hemos asociado con otro grupo hostelero.



Diciembre 2022

### **ENTREVISTA**

ANTONIO SERRANO
DIRECTOR DE LA ESCUELA
INTERNACIONAL DE ESQUÍ
DE SIERRA NEVADA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Después de la preocupación
por la sequía parece que no
habrá problemas con la temporada de esquí de Sierra Nevada.
¿Qué previsiones manejan de
personas que aprovechen
estás navidades para disfrutar
de los deportes de nieve?

Siempre estoy en permanente comunicación con los directores de la mayoría de los Hoteles y también con inmobiliarias que gestionan apartamentos turísticos y las previsiones para Navidades son muy optimistas porque hay un volumen de reservas muy alto, y no sólo para Navidades, el resto de la temporada también tiene una alta demanda. realmente estamos muy esperanzados y motivados porque puede ser una buena temporada.

La Escuela Internacional de Esquí lleva 40 años impartiendo cursos en la estación granadina. ¿Cómo han cambiado los gustos y las costumbres en todos estos años?

Quizás lo que más está cambiando en estos últimos años es la anticipación en la compra de todos los servicios que un cliente que viene a una estación de esquí necesita, desde el alojamiento, clases, alquiler material de esquí hasta reservas en restauración, spa, guarderías, etc.

Y también unido a esto una dinámica mucho más flexible en los cambios de fecha de las estancias muy influenciada por las condiciones meteorológicas a las que todos tenemos acceso con las apps del tiempo

Aún así los servicios que prestamos en una estación de esquí siguen siendo, en esencia, los mismos de siempre, lógicamente adaptándonos a las nuevas demandas y siempre mejorando todo lo posible.

Sierra Nevada se ha convertido también en un lugar de referencia para celebrar las fiestas, tanto nochebuena como fin de año y Reyes. ¿Cómo es una noche de estas en la estación de esquí?

La Nochebuena tradicionalmente es más tranquila en la estación y suele ser el pistoletazo de salida de las Navidades a nivel de gran afluencia de clientes y que se extiende hasta el día de Reyes.

El día de Nochevieja en Sierra Nevada para la mayoría, que son familias, es pasarlo esquiando durante el día, después viene el tardeo en los restaurantes y bares con un ambiente muy festivo y casi sin continuidad a prepararse para la cena. Los hoteles ofrecen menús especiales y fiesta de año nuevo. La mayoría de restaurantes hacen lo propio para sus clientes y otros muchos preparan su cena en sus apartamentos. Para el momento de

### Antonio Serrano: "Sierra Nevada: Deportes de nieve y diversión en unas Navidades diferentes"





las uvas en la Plaza de Andalucía se suele televisar en la pantalla gigante y se reúnen muchos usuarios de la estación a celebrar la entrada del nuevo año.

También es un día muy especial para los más pequeños el día de la Cabalgata de Reyes, con una bajada de Sus Majestades los Reyes Magos esquiando por la pista El Rio acompañados de sus pajes y muchos niños esquiadores de los clubes de esquí y profesores de la estación, para terminar con la cabalgata en la Plaza de Andalucía.

Días de mucha actividad y diversión en la estación y que no impiden a la mayoría estar todas las mañanas en pistas a practicar su deporte favorito.

Vienen ustedes de pasar años muy duros con restricciones que han dejado sus negocios en mínimos. ¿La recuperación es ya completa o es necesario más tiempo para volver a los números anteriores a la pandemia?

Si, realmente han sido años muy duros, con pocas ayudas al

sector, y un aumento importante en las empresas de endeudamiento para poder mantener la actividad y aunque la temporada pasada fue una buena temporada en términos de afluencia de clientes, estamos aún lejos de la recuperación completa, por lo que necesitamos que esta temporada y las siguientes transcurran con normalidad y podamos recuperar parte de esa carga.

La Escuela Internacional de Esquí ofrece también alojamiento, ¿eso implica que pueden seguir desarrollando su trabajo en épocas que no hay nieve en la sierra o simplemente aprovechan la temporada de esquí?

En nuestro caso, toda la actividad la desarrollamos durante la temporada de invierno, de noviembre a finales de abril o principios de mayo, y aunque es cierto que Sierra Nevada tiene temporada de verano y hay algunos hoteles que abren para los meses de julio y agosto, nosotros una vez finalizada la temporada cerramos al público, pero no cerramos a nivel de empresa porque es cuando empezamos a preparar la siguiente temporada, con más tranquilidad, necesaria después de casi seis meses a un nivel de trabajo y dedicación máximos.



**ESPECIAL NAVIDAD** 



# Manuel Benjumea: "El espíritu de la Navidad más vivo que nunca"

Hace pocas fechas presentó usted la programación navideña de Palomares del Rio. ¿con que novedades se van a encontrar este año los vecinos de

REDACCIÓN I TRIBUNA DE ANDALUCÍA

su pueblo y los visitantes que quieran acercarse?

Las novedades son muchas v diversas. Vamos a tener el I Festival de Teatro en nuestro municipio, atracciones navideñas, un mercado navideño, zambomba flamenca, coro de campanilleros, flashmob, exposición de playmobil... así como el Heraldo Real que nos visitara para recoger las llaves de la villa el 3 de enero con un sequito de 21 caballos y 4 coches de caballos que recorrerán las calles de Palomares del Rio. El cartero real vendrá a nuestro pueblo en globo aerostático el día 4 enero y terminaremos el 5 de enero con la cabalgata SSMM los Reyes Magos.

¡Ah! Y el día 22 tendremos algo que me hace especial ilusión, vamos a dar en directo por pantalla grande y desde el salón de plenos el sorteo de la lotería de navidad para pasar una mañana entre mantecados, churros y chocolate.... porque la suerte este año llama a Palomares del Río. Así lo hemos dejado plasmado en un video promocional con los compañeros del Ayuntamiento.

Una programación muy completa pensada para todas las edades, pero sobre todo para nuestros niños y mantener el espíritu de la Navidad más vivo que nunca.

Para el comercio es una fecha muy importante porque esta campaña les permite habitualmente cuadrar sus cuentas a finales de año. ¿cómo ha vivido el comercio de Palomares estos meses tan complicados y cómo se presenta esta campaña?

Están siendo años complicados y parece ser que vienen tiempos difíciles para los que ya hay que ir tomando medidas. Hemos estado a su lado en todo este tiempo, fomentando el asociacionismo que no estaba presente en nuestro pueblo y que ya está en marcha, asesorando en la medida de lo posible y, sobre todo, desde que llegamos al gobierno, reduciendo los plazos administrativos y las trabas burocráticas que tanto daño hacen a los emprendedores.

Los Ayuntamiento debemos poner las herramientas para que los comercios generen empleo y riqueza, un ejemplo de ello es toda esta programación de Navidad con la que intentamos que los vecinos se queden en Palomares, disfruten de su pueblo y consuman en él. Estamos fomentando con iniciativas novedosas como el I Festival de Flamenco "Guirijondo" que Palomares sea un referente, yo solía decir del

Aljarafe, con esta iniciativa seremos referente en el mundo y será bueno para todos, para el Ayuntamiento y para nuestros autónomos y empresarios porque va a traer mucho visitante a nuestra localidad.



Los Ayuntamiento debemos poner las herramientas para que los comercios generen empleo y riqueza, un ejemplo de ello es toda esta programación de Navidad con la que intentamos que los vecinos se queden en Palomares

Su cercanía a Sevilla capital favorece las compras de los vecinos en grandes superficies. ¿Está perjudicando esto al comercio local? ¿Es usted partidario de la libertad de horarios comerciales?

Está cerca de Sevilla es una ventaja en todos los sentidos, las grandes superficies van a estar y hay que ser consecuentes con ello. De ahí la importancia de hacer un comercio local solido y estable. De esta manera conseguiremos que no volvamos a ser un pueblo dormitorio sino un municipio con todos los servicios y necesidades cubiertas casi sin salir de él.

La libertad de horarios comerciales favorece a las grandes superficies y es un problema para el pequeño comercio, una regulación mas equitativa sería mucho mejor.

Ha habido este año bastante controversia con el alumbrado navideño de los pueblos y ciudades. ¿Cómo lo han resuelto en Palomares?

En Palomares del Rio lo hemos tenido claro, el alumbrado navideño forma parte de nuestra cultura y, según dicen, fomenta las compras, por ello hemos encendido el alumbrado en el puente de la constitución. Se hicieron los deberes y de esta manera no nos afecta a nuestro consumo mensual del Ayuntamiento.

"La libertad de horarios comerciales favorece a las grandes superficies y es un problema para el pequeño comercio, una regulación mas equitativa sería mucho mejor"

Las tradiciones son muy importantes en los pueblos. Cuéntenos alguna relacionada con la Navidad que todavía se conserve.

Las tradiciones que se conservan en Palomares del Río van desde los típicos dulces navideños que hacen personas de nuestro pueblo, incluidas las Hermandades de El Rocío y la Estrella, así como disfrutar de las haciendas antiguas que tenemos a la luz de las chimeneas, como puede ser La Truja, un establecimiento de toda la vida donde degustar la poleá.

Diciembre 2022



### **ENTREVISTA**

JAVIER BENÍTEZ
CEO DE GLOBOTUR

## Javier Benítez: "Nuestras actividades transmiten ilusión, pero tienen su base también en la sostenibilidad"

**ESPECIAL NAVIDAD** 



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA La temporada de Navidad viene con fuerza en todas las comunidades y, en Andalucía, no podía ser menos. ¿Sigue funcionando Globotur a pleno rendimiento durante estas fiestas?

Efectivamente, nosotros trabajamos doce meses al año y en navidades continuamos nuestro ritmo frenético para ofrecer lo mejor a nuestros clientes, además, todos suelen tener un periodo vacacional y disponen de tiempo para vivir las experiencias que ofrecemos con más tranquilidad.

Durante este periodo hacemos muchas actividades aeronautas. Estamos muy sorprendidos con la gran acogida, pues dieciocho localidades de Andalucía han contratado estas actividades que proponemos.

#### ¿En qué consiste?

Para Navidad tenemos concretamente tres tipos de actividades. Una de ellas es nuestro vuelo en globo por parte del Paje Real, donde los niños acceden al globo y le dan la carta, es realmente original y una experiencia increíble para los niños, que experimentan la flotabilidad. También ofrecemos en algunos puntos la misma experiencia con Papá Noel con un globo rojo que tenemos.

Disponemos de otras actividades que tal vez no son tan festivas, pero se acompañan del mismo concepto y con el que apelamos por una Navidad sostenible.

Pocos saben que el 75% de los residuos que se generan al año se generan precisa-

mente en estas fechas. Por ello, cogemos un globo amarillo, que recuerda precisamente al reciclaje y realizamos distintos talleres relacionados con la sostenibilidad y cómo pasar unas navidades más eficientes, cómo hacer envoltorios de regalos sostenibles... talleres diferentes pero que generan mucha concienciación.

### Pero, además, Globotur apela por la solidaridad, ¿no es así?

Por supuesto, siempre hemos dedicado un esfuerzo en este sentido y una de las actividades propone un ascenso en globo a todos los que lo deseen, siempre y cuando se haga un donativo o entreguen un kilo de alimentos que más tarde nosotros damos a una ONG.

Son tres tipos de actividades concretas que estamos ofreciendo en estas fiestas y que están funcionando muy bien.

### ¿Han tenido también una buena acogida institucional?

La verdad que sí, además, como son actividades muy respetuosas con el medio ambiente, van muy alineadas con la estrategia de muchos de los municipios. De hecho, todas estas actividades que he comentado están siendo contratadas por los ayuntamientos.

Yo creo que están teniendo éxito porque son actividades que transmiten ilusión, pero que tienen su base también en la sostenibilidad. Al margen de que, por supuesto, son actividades de aventura e innovadora que se recuerdan para siempre.

### En esta última época del año todos hacemos un balance. ¿Ha sido un buen 2022 para Globotur?

Sí, sin duda. Este año hemos superado todas las expectativas que teníamos, incluso a nivel de facturación. Nosotros somos los primeros sorprendidos. No tenemos que salir a buscar al cliente, el cliente viene a nosotros y esa es nuestra satisfacción.

### ¿Y el 2023 lo reciben con buenas perspectivas?

Ningún año es igual que otro. No podemos asegurar que vaya a ser un buen año por el mero hecho de que este lo haya sido porque, al fin y al cabo, hay factores que no dependen de nosotros. Nosotros nos marcamos unos objetivos, pero no sabemos si los vamos cumplir. Dependemos de la meteorología o, incluso, de modas y tendencias.

Por supuesto, nosotros lo comenzaremos con la máxima intensidad. Mantendremos nuestro modelo y lucharemos por seguir aumentando nuestras cifras y nuestra presencia. Este año hemos hecho 200 vuelos de pasajeros, que viene a suponer unas dos mil personas que han volado con nosotros, es una cifra realmente grande.

#### ¿Tendremos algún nuevo producto o alguna experiencia nueva en Globotur o se dedicarán a consolidar las que ya tienen en cartera?

Seguiremos en nuestra línea, especialmente centrándonos en el turista no local para crecer en ese sentido. Asimismo, queremos

seguir innovando en nuestro apartado de "experiencias" que se puede ver en nuestra web donde queremos crear nuevas propuestas, incluso alguna que viene con menú degustación exclusivo creado por un conocido restaurador de Sevilla.

> "Este año hemos hecho 200 vuelos de pasajeros, que viene a suponer unas dos mil personas que han volado con nosotros, es una cifra realmente grande"

Queremos crear paquetes combinados que sean atractivos para el cliente y que sigan colocándonos en la vanguardia.



### Elizabeth Díaz: "La intencionalidad va a seguir siendo la misma: sacarle una sonrisa a los niños"





### **ENTREVISTA**

**ELIZABETH DÍAZ** SETAS DE SEVILLA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA Háblenos de Setas de Sevilla, ¿qué es lo que nos ofrece este espacio vivo?

Setas de Sevilla ha querido innovar en estas fechas tan entrañables con un mercado navideño y un parque de atracciones, también hay un mercado de casetas y artesanías. Además de esta oferta de diversión y ocio infantil y familiar, hemos querido darle un cambio añadiendo actuaciones para los más pequeños y sus padres.

Entre otros atractivos, contamos con una elfa, que es la elfa de Santa Claus, la cual dedica a reali-

zar cuenta cuentos con cada grupo de niños que nos visita, les enseña su casita y los niños pueden entregarle sus cartas para que ella se las dé a Papá Noel. La entrada es completamente gratuita y el horario es de 17:30 a 20:30.

También tenemos una zona infantil en la que se desarrollan talleres de manualidades, pinta caras y juegos para los niños, hay un jumping elástico, un tren de Navidad, una noria infantil... En general, hay una oferta muy variada y atractiva.

¿Están teniendo una buena acogida estas actividades que me comenta? ¿Notan una mayor afluencia de visitantes a Setas de Sevilla?

La verdad es que sí, estamos gratamente sorprendidos. El tiempo nos está fastidiando un poco, pero esperemos que pase pronto este tiempo poco deseable para que todos aquellos que quieran venir se

acerquen a conocernos.

No obstante, los primeros días han sido muy buenos, hemos alcanzado buenas cifras de afluencia y creo que el boca a boca de la gente, junto con la publicidad que hemos realizado, está dando sus frutos, lo cual es muy importante.

Otros años había que pagar una entrada para acudir a estas actividades, pero este año, al contar con acceso gratuito la gente tiene más libertad para venir y disfrutar con nosotros, eligiendo las actividades que más se acerquen a sus gustos.

#### ¿Qué puede degustar un niño que acude a sus instalaciones?

Contamos con un kiosko de buñuelos, algodón de azúcar, chuches, palomitas, piruletas... Todos los esfuerzos van dirigidos para que los más pequeños de la casa pasen una tarde exquisita y divertida.

"Setas de Sevilla ha querido innovar en estas fechas tan entrañables con un mercado navideño y un parque de atracciones"

Nuestra intención es que los niños disfruten con nosotros.

#### Lejos de la época navideña, ¿cuáles serán las líneas de trabajo a desarrollar en el próximo año 2023?

2023 se presenta como un año menos complicado que estos últimos tiempos vividos, sobre todo si incidimos en la etapa del COVID. La intencionalidad va a seguir siendo la misma: sacarle una sonrisa a los niños, que disfruten y se lo pasen bien en Setas de Sevilla.



# Sotero Manuel Martín: "Cazalla es un pueblo que huele a Navidad"





# **ENTREVISTA**

SOTERO MANUEL MARTÍN BARRERO ALCALDE AYTO. DE CAZALLA DE LA SIERRA REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Cómo valora el 2022? ¿Ha sido un buen año, en líneas generales, para Cazalla de la Sierra?

Desde el punto de vista turístico sí. Cazalla se consolida como un destino de turismo interior importante. Además, hemos tenido en nuestro municipio a finales de septiembre el Congreso Europeo de Turismo Rural y un congreso que abarcó el reto demográfico por lo que, en líneas generales, vemos consolidado el destino de forma importante.

Desde el punto de vista del empleo también. Estamos ahora mismo a unos puntos por debajo de la media de desempleo que hay en Andalucía y consideramos que, aunque estamos inmersos en un momento dificil en lo que a precios se refiere, el año ha sido muy positivo para las circunstancias de inflación y de guerra que nos han ocasionado a todos, a toda Europa, problemas con los que no contábamos.

### ¿Podemos entonces afirmar que ha recuperado Cazalla de la Sierra la normalidad en todas sus vertientes?

Sí. Yo creo que la pandemia nos ha dado a conocer más aún, Cazalla cuenta con un patrimonio natural extraordinario, somos Reserva de la Biosfera, Parque Natural, Geoparque, hasta ver las estrellas es patrimonio en Cazalla.

Además de esto, tenemos un patrimonio arquitectónico, patrimonial e histórico extraordinario. Por ende, se ha consolidado una oferta muy atractiva para los visitantes.

Antes de la pandemia ya estábamos subiendo en número de visitantes y pernoctaciones. La pandemia ha supuesto llegar a tener un pueblo saturado, tuvimos que salir a decir en prensa que no vinieran a visitarnos, porque no cabíamos, no podíamos implementar esa calidad que se espera en un destino turístico en nuestro servicio. Por suerte, ya se ha estabilizado la situación y contamos con un turismo consolidado. Leí en prensa que era casi imposible encontrar un alojamiento para noviembre y diciembre, otoño e invierno en Cazalla de la Sierra es temporada alta, es cuando más bonito está el pueblo, hay un colorido precioso con una temperatura agradable, aunque haga frío.

## ¿Cómo viven la época navideña en este municipio del que usted es alcalde?

Cazalla es un pueblo que huele a Navidad. Todos nuestros productores están muy enfocados a la producción de productos navideños: aguardiente, vinos, quesos, chacinas, mantecados, dulces, miel... Todos nuestros productores se orientan hacia la Navidad y somos un destino de compras de Navidad, lo cual es muy importante.

Hemos celebrado unas jornadas especiales, porque cabe recordar que a nosotros nos eligieron entre todos los pueblos para que Felipe V curase su falta de ánimo y sus constantes depresiones. Nos eligieron por el clima, nuestra gastronomía, las casas palaciegas y por todo aquello que volvemos a integrar en pleno siglo XXI en la globalidad de la oferta turística de nuestro pueblo.

### ¿Serán el comercio y la restauración los ejes centrales de la campaña de Navidad?

Sí, lo están siendo. Estamos metidos ahora mismo en una campaña denominada "Juntos brillamos más" de Mediaset y Ferrero Rocher, y nos consideramos muy agraciados porque, en el caso de ganar, nos iluminan el pueblo, pues hemos sido escogidos y estamos entre los siete primeros pueblos de España para realizar la promoción de estas empresas. Por lo tanto, la campaña va a estar enfocada en visitar Cazalla, comprar nuestros productos y, por supuesto, si se tiene alojamiento, que es cada vez más complicado, en que disfruten de nuestra atmósfera, de nuestro clima y de nuestros colores.

# ¿Con qué actos contará Cazalla en estas fechas?

Cazalla cuenta con un portal viviente que se hace en la antigua iglesia de San Agustín con la participación de muchos cazalleros y cazalleras, en el que adaptamos un Belén a nuestros productos, un Belén cazallero viviente que tiene una repercusión bastante importante.

Además, intentamos que todos los segmentos de población de Cazalla tengan su sitio a través de coros de campanilleros, bandas de música, villancicos y fiestas los días 24 y 31 para que todo el mundo salga a la calle y juntos brillemos más. También Hacemos un mercado de artesanos locales en navidad y romería poética de San Juan de la Cruz el 18 de diciembre.

"Vemos a Cazalla muy vivo y despertando un interés cada vez mayor en todos los sentidos"

# ¿Han cumplido con las expectativas que proponían al inicio de este 2022?

Yo creo que sí, salvo lo que comentaba anteriormente de que se nos ha venido encima una inflación y una situación inestable sobre todo desde el punto de vista energético, de materiales y de alimentación, que nos dificulta muchísimo y que ha tenido una repercusión importante en el presupuesto del ayuntamiento y en el presupuesto de todas las familias. Salvo esa incidencia que surge de manera externa a nuestro pueblo, vemos a Cazalla muy vivo y despertando un interés cada vez mayor en todos los sentidos. Ya hay gente invirtiendo en Cazalla como segunda residencia, invirtiendo para dedicar alojamientos al turismo y, en ese sentido, creo que vamos por muy buen camino.



# **ENTREVISTA**

JESUS VENERO GERENTE DEL CENTRO COMERCIAL TORRE SEVILLA

# Jesus Venero: "Esperamos que sea una campaña de Navidad positiva"

**ESPECIAL NAVIDAD** 



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El centro comercial Torre Sevilla ha puesto en marcha un completo programa para estas Navidades. ¿Cómo ha funcionado en estos días previos y qué nos espera hasta después de Reyes?

Tenemos diseñado un programa de actividades muy vinculado a los más pequeños de la casa, que incluye experiencias de todo tipo: talleres, cuenta cuentos, actuaciones musicales... Y, además, una promoción muy especial para disfrutar de las vistas 360° de Sevilla en la Terraza Mirador Atalaya Torre Sevilla

Atendiendo a la pregunta, la respuesta en estos días está siendo muy positiva. Nosotros esta afluencia la medimos a través de las citas que damos para venir a visitar el refugio de Papá Noel y la Casa del Heraldo Real, unas experiencias dirigidas a que los más pequeños disfruten acompañados de sus familiares. Consta de un encuentro personalizado con Papá Noel y el Heraldo Real para entregarle sus cartas.

Por lo que los más pequeños serán, con total seguridad, los protagonistas de esta campaña navideña...





Efectivamente. Los más pequeños de la casa siempre son para nosotros un cliente principal, en el sentido de que necesitamos que ellos disfruten con todas las actividades que les preparamos.

¿Están los comerciantes allí instalados satisfechos con el transcurso del año y con estas actividades que, a todas luces, comprenden un gran efecto dinamizador?

Claro. Para los comerciantes la campaña navideña es la campaña principal, la época de más actividad en el centro comercial. El año ha transcurrido bien, estamos ya superando los niveles que teníamos como objetivo, es la primera campaña navideña sin restricciones, lo que nos hace ser más optimistas. Asimismo, la dinamización de los espacios es básica para que los comerciantes estén satisfechos y sus resultados sean positivos.

La solidaridad es importante en estas fechas y ustedes han puesto en marcha varias iniciativas solidarias. ¿Cómo están funcionando?

Torre Sevilla siempre tiene presente la colaboración con su entorno más cercano e inmediato. En esta campaña de Navidad nuestros clientes van a poder colaborar directamente con una asociación que trabaja para mejorar la calidad de vida de personas con parálisis cerebral, y van a poder hacerlo a través de nuestro punto de empaquetado solidario ASPACE SEVILLA.

Luego tenemos otra iniciativa especialmente bonita, que es un punto solidario de recogida de juguetes en nuestro gimnasio, en el que se pueden depositar juguetes nuevos o de segunda mano en buen estado que luego se van a donar para atender a las peticiones de familias con menos recursos.

Normalmente, todas las iniciativa tienen buena acogida, pero estas dos en concreto creemos que van a ser especialmente buenas entre nuestros clientes y visitantes.

Además, no cabe duda de que la Terraza Mirador Atalaya Torre Sevilla es un gran reclamo turístico, de hecho, tienen ustedes en marcha un concurso en el que se regalan entradas para disfrutar de Sevilla desde las alturas...

Es así. La Terraza Mirador Atalaya Torre Sevilla brinda la posibilidad de contemplar desde una perspectiva única la capital andaluza, está situada en la planta 37, corona el rascacielos Torre Sevilla y ofrece una perspectiva 360° de Sevilla.

El concurso tiene un mecanismo muy sencillo, por lo que invitamos a todo el mundo a que se acerque por aquí a conocer la Terraza Mirador Atalaya Torre Sevilla, porque es muy curioso ver Sevilla desde el edificio más alto de Andalucía.

El centro comercial se va ampliando con la incorporación de nuevos establecimientos. ¿Cuáles han sido las últimas incorporaciones y cuáles se esperan de cara al 2023?

Entre las últimas incorporaciones se encuentran la juguetería británica Entertainer y la nueva tienda de Sevilla F.C.

Para 2023 hay muchas negociaciones en marcha, esperamos que 2023 venga cargado de nuevas aperturas.

Diciembre 2022



# María Fernández:

# "En Navidad recibimos a muchos turistas"

# REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Qué peso adquiere en el municipio de Monda el sector comercial?

El sector comercial tiene mucho peso en Monda, aunque aquí lo que más predomina es el sector hostelero: bares y restaurantes, así como dos hoteles pequeños con los que contamos. No obstante, tenemos mucho pequeño comercio, pequeñas tiendas de regalos, de comestibles y mercerías.

# ¿Ha aunado esfuerzos este Ayuntamiento en aras de favorecer su crecimiento?

Sí. Dentro de las posibilidades que te-

nemos los Ayuntamientos de municipios pequeños, damos toda la proyección posible. Intentamos dar publicidad y todas las compras que se realizan por parte del Ayuntamiento se procuran hacer siempre en nuestros comercios.

En definitiva, ayudamos a los comerciantes en la medida en la que puede hacerlo un municipio pequeño como Monda.

# ¿Son muchos los visitantes que se acercan a Monda en estas épocas navideñas?

Sí. La verdad que nosotros en Navidad recibimos a muchos turistas, date cuenta que estamos ubicados en un sitio estratégico y privilegiado, estamos ubicados en un cruce de caminos, cerca de Málaga capital y de Marbella, y todo pasa por Monda. Esa cercanía a las grandes ciudades hace que tengamos visitas durante todo el año, no solo en las épocas de mayor afluencia turística.

Además, somos una de las puertas de entrada al tercer Parque Natural de Andalucía, primero de la provincia de Málaga, como es el Parque Nacional Sierra de las Nieves.

Incidiendo en estas épocas en las que ya estamos inmersos, ¿existe una campaña de dinamización comercial? ¿Han planteado actos que fomenten las compras en los comercios de cercanía?

Campaña como tal no, pero el Ayuntamiento siempre aúna esfuerzos en este sentido. La campaña no debe desarrollarse únicamente en esta época, siempre contamos con todos los pequeños establecimientos, procuramos darles la mayor visibilidad, incidiendo en que los vecinos y vecinas de Monda compren en ellos. Quizá no se hace algo especifico para Navidad, pero a lo largo del año vamos desarrollando pequeñas iniciativas

"Ayudamos a los comerciantes en la medida en la que puede hacerlo un municipio pequeño como Monda"

Por ejemplo, uno de nuestros dulces típicos es el rosco de vino, en Monda contamos con una fábrica de roscos que lleva ya muchísimos años y es además muy conocida, y cada vez que hacemos un evento o alguna jornada ponemos degustaciones de estos roscos, los regalamos al igual que otros productos propios del municipio para incentivar que compren productos propios de Monda.

# ¿Qué actividades plantea Monda para esta Navidad?

Tenemos una programación bastante extensa y diversa, apostando por lo local. El día 23 de diciembre tenemos un certamen de baile flamenco, el

domingo 25 tenemos un concierto de pastorales, realizaremos la tradicional Cabalgata de los Reyes Magos, habrán actos deportivos incidiendo en la San Silvestre celebrada el día 30 de diciembre, teatro, muchos talleres en la biblioteca municipal, la fiesta de fin de año, zambomba flamenca... En fin, innovamos con la programación haciendo cosas tradicionales y típicas de Monda como actuaciones externas que no se suelen realizar en este municipio, como puede ser la zambomba jerezana.

# Para concluir, ¿está satisfecha con el transcurso del año 2022? ¿Ha sido un buen año para Monda?

Sí. El año 2022 ha sido un respiro después de estar confinados, después de haber pasado dos años mirando estadísticas y gráficos en torno al índice de contagios. A nivel festivo y cultural ya hemos podido volver a reencontrarnos en la calle, con eventos, con música en directo. A parte, hay un montón de proyectos que han estado paralizados a causa de la situación y que ya han podido ponerse en marcha, por lo que sí, sí estoy satisfecha con el transcurso de este 2022.



# Juan Ávila: "Carmona sabe disfrutar de estas fiestas"

# **ENTREVISTA**

**JUAN ÁVILA** ALCALDE AYTO. DE CARMONA

# REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Con qué sorprende Carmona en estas fechas tan entrañables?

Hemos puesto en marcha desde el 6 de diciembre, que es el día en el que inauguramos el alumbrado general, hasta el día 6 de enero más de 50 actividades culturales y festivas, no solo desde el propio Ayuntamiento, sino que lo hacemos también en colaboración con asociaciones, peñas y demás entidades locales.

El día 6 de diciembre comenzamos con un acto tradicional en la ciudad, que es la iluminación navideña del árbol que, aunque hay muchos árboles ubicados en distintas partes de la misma, el mayor está en el Paseo del Estatuto, en el centro de la ciudad. Es un árbol que adornan los niños de los distintos centros escolares. Ese mismo día, durante toda la tarde hay actuaciones de distintos grupos musicales repartidos por toda la geografía de nuestro municipio. Y este año, como novedad y que ha tenido una aceptación increíble, hemos proyectado un mapping navideño durante cuatro días y, aunque algunos días estuvo lloviendo, a todas las proyecciones acudieron miles de personas

A parte de este pistoletazo de salida del día 6, se van a seguir celebrando hasta 50 actividades, la gran parte de ellas gratuitas. Por poner algún ejemplo, contaremos con zambomba de Jerez, espectáculos de flamenco, conciertos infantiles, audiciones de música... Son muchísimas las actuaciones que tendrán lugar en Carmona.

Y luego, para los niños, a parte de las actividades programadas, instalamos un parque infantil en uno de los pabellones municipales de deporte con atracciones, castillos hinchables y juegos. Habrán también talleres que giran en torno a temas históricos en el museo de la ciudad, así como cuenta cuentos.

Otras de las tradiciones que ha de conocer todo aquel que visite Carmona son los Belenes, que los hay hechos por el propio Ayuntamiento, las Hermanas de la Cruz y la Parroquia de San Bartolomé, entre otros. Merece la pena visitarlos, porque son verdaderas obras de arte en las que confluyen el sentido religioso y el emblema de lo que significa la Navidad para los carmonenses.

En definitiva, todos los días hay actividades dirigidas a todas las edades. Actividades que tienen un objetivo muy importante que no podemos descartar, siempre lo hemos tenido presente, pero ahora en esta época post pandemia y con la crisis que estamos viviendo se torna más importante que nunca, y es que están dirigidas al apoyo del



**ESPECIAL NAVIDAD** 

comercio local

# En este sentido, ¿cómo apoyan a su comercio local?

Hacemos, por ejemplo, un concurso de escaparates navideños y sorteamos numerosas tarjetas de regalo para que los carmonenses puedan consumirlas en los comercios locales.

# ¿Están teniendo una buena acogida estas actividades que comentaba?

Están teniendo una muy buena acogida. De hecho, nos ha sorprendido gratamente la proyección del mapping navideño que se hizo sobre la propia fachada de nuestro Teatro Cerezo, que ha convocado en los días en los que se ha celebrado a miles de persona. Hemos recibido muchísimas muestras de agradecimiento, porque han quedado impresionados con la belleza de la proyección y de lo que significa para la ciudad en estos días.

Todo está teniendo una buena aceptación, porque Carmona sabe disfrutar de estas fiestas y, lógicamente, por la experiencia que ya tenemos en el Gobierno, sabemos las actividades con las que el público más disfruta y posibilitamos el hecho de que todo el mundo pueda acudir a ellas porque, como he dicho anteriormente, la inmensa mayoría son gratuitas.

### ¿Qué peso tiene la actividad comercial en la economía del municipio concretamente en la época navideña?

Tiene un gran peso, porque no nos podemos olvidar de que Carmona es una ciudad turística por excelencia, se ha consolidado como una ciudad turística en torno a la cultura y al patrimonio, que es un turismo sostenible y de calidad.

Tenemos muchas actividades como, por ejemplo, la Cabalgata de Reyes de

Carmona, cuyo expediente está en proceso para que sea declarada de Interés Turístico de Andalucía. Se trata de una cabalgata que es toda una obra de arte, las carrozas que salen están hechas a mano, representan parte de nuestro patrimonio y en ellas confluye la representación de las distintas asociaciones culturales, deportivas y sociales de Carmona.

"Todos los días hay actividades dirigidas a todas las edades"

# Para concluir, ¿se siente satisfecho con el trabajo realizado hasta la fecha?

Sí. Venimos de un año y medio difícil, habían muchísimos problemas para volver a alcanzar el peso que la ciudad tiene en la provincia, no nos podemos olvidar de que Carmona es la segunda ciudad más visitada de toda la provincia de Sevilla, después de la propia capital hispalense.

En este sentido, he tenido, como siempre, el apoyo y la colaboración de todo el sector empresarial de la ciudad, que ha sido decisivo, porque los empresarios han puesto de su parte para volver a retomar el pulso de la ciudad, para generar empleo, para empezar otra vez a crecer desde el punto de vista turístico y retomar cifras del 2019. Y claro que me siento muy satisfecho, pero sobre todo por la enorme colaboración que he tenido por parte de los carmonenses.

Nos espera un futuro muy esperanzador e ilusionante. La gestión económica del Ayuntamiento

es ahora mismo extraordinaria, un Ayuntamiento sin deuda, con un futuro económico en el que podremos invertir como ya lo estamos haciendo en nuevas obras de rehabilitación de muchos barrios. Actualmente, hemos incidido en la construcción de 100 viviendas, mejoras del pavimento, estamos construyendo dos nuevos pabellones deportivos, estamos trabajando en la ciudad de la música, en una nueva biblioteca, es decir, que los próximos 2-3 años van a dar un giro a la fisionomía de esta ciudad y se va a completar con infraestructuras acorde a lo que se merecen y demandan los ciudadanos y ciudadanas que la componen.



# Laura Romero: "Castilblanco es un pueblo en el que se vive con gran intensidad la Navidad"



# **ENTREVISTA**

**ESPECIAL NAVIDAD** 

LAURA ROMERO ESTÉVEZ CONCEJALA DE FIESTAS DEL AYTO. DE CASTILBLANCO

### REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Cómo se vive la época navideña en este municipio, en Castilblanco?

En Catilblanco de los Arroyos estamos bastante ilusionados con la llegada de las fechas navideñas. Desde hace unos años hasta la actualidad desarrollamos una decoración navideña muy especial en nuestro municipio. Una decoración que se centra en decorar las principales plazas del pueblo con escenarios navideños de una manera muy original, haciendo esculturas al aire libre con distintos materiales, muchos de ellos reciclados

Nos gusta sorprender, tanto a la gente del pueblo como a la que viene a visitarnos, en su recorrido por los diferentes puntos del casco urbano.

# ¿Con qué sorprenden este año en lo que a decoración se refiere? ¿Habrá alguna novedad?

Sí, cada año sumamos novedades. Este año, por ejemplo, en una de las plazas principales del pueblo tenemos una decoración compuesta por plantas navideñas, las típicas macetas con flores de pascua, pero de más de dos metros de altura que recorren toda la plaza. También en la plaza de la iglesia hemos puesto un coro de unos niños cantores, un coro muy peculiar y original.

Y, por otra parte, tenemos un estreno en la plaza principal del pueblo que es donde colocamos el árbol navideño. Este estreno se basa en la representación de un tiovivo clásico junto con unos globos de helio que va a ser el estreno más importante enfocado a los niños y a los no tan niños.

### A parte de la decoración que se desarrolla por parte del Ayuntamiento, ¿se vuelcan los ciudadanos en hacer de Castilblanco un municipio entrañable y cálido en estas fechas?

Sí. Castilblanco es un pueblo en el que se vive con gran intensidad la Navidad y muchas son las personas que decoran los balcones de sus casas con flores de pascua, bolas, iluminación o los típicos Reyes Magos, lo que propicia un ambiente navideño tanto para las personas que vivimos aquí como para los de fuera.

El año pasado ya fue bastante notorio, porque el tipo de decoración que tenemos aquí no la tienen en ninguno de los pueblos cercanos, lo cual atrajo a bastantes turistas que, a parte de venir a comer y a realizar las diferentes actividades que proponemos desde el Ayuntamiento, se dedicó a hacerse

fotografías junto a la decoración que había. Por ende, invitamos a todo el mundo a que conozca nuestra decoración.

### ¿Qué actividades pondrán en marcha este año para el disfrute de la población y de los turistas que les visiten?

Tenemos varias actividades previstas para esta época navideña. Comenzando por el fin de semana previo al puente de la Inmaculada en el que inauguramos nuestro tradicional mercadillo navideño en la plaza principal, donde comerciantes y artesanos del pueblo tienen un lugar para vender de forma totalmente gratuita de cara a estas fechas navideñas. El mercadillo se desarrolla desde el sábado hasta el domingo, todos los stands llevan decoración navideña y, a parte, se anima con un coro de campanilleros que dan la bienvenida a las fiestas navideñas.

Además, tenemos la celebración de la V Feria Avícola. Es una feria que lleva cinco años realizándose en el municipio y cada vez está cobrando más importancia dentro de lo que es el sector de la gallina. Viene muchísima gente de fuera a ver las distintas razas de este tipo de animal en las diferentes exposiciones.

Durante toda la Navidad tenemos animación infantil en las calles del municipio, zambomba navideña, actuaciones y diferentes actividades en el teatro municipal, conciertos de flamenco, conciertos navideños, cerrando esta programación con la carrera popular, que es uno de los principales acontecimientos deportivos del municipio y a nivel provincial, que se va a celebrar el 31de diciembre. Este año es su 15º aniversario y ya tenemos aproximadamente unos 500 participantes inscritos en la misma. Se trata de un recorrido de unos 9 kilómetros alrededor del casco urbano, contando con una categoría adulta y una infantil. Es un fin de semana clave para el municipio, pues no son solo esos 500 participantes, sino también sus familias y compañeros los que se concentran en este enclave durante ese fin de semana para consumir.

# Es decir, que Castilblanco se va a llenar de personas que lo visiten y consuman en sus comercios y restauración...

Claro. Date cuenta que todo lo que se hace, tanto la decoración como la programación de las diferentes actividades, atrae a mucha gente. Todas las personas que visitan la Feria Avícola, que coincide con el mercadillo navideño, hacen muchas de sus compras de regalos para Navidad en este mercadillo.

No obstante, en estas fechas navideñas, a parte de la población que incurrirá en sus gastos en los diferentes comercios locales, nos visitará mucha gente de fuera, lo cual afectará positivamente tanto al comercio como a la hostelería. Son muchísimos los bares que se ven afectados por la afluencia de gente que nos visita en estas fechas.

# ¿Cómo valora el año 2022 para este municipio?

Después de la pandemia se ha notado un aumento tanto en visitas como en pernoctaciones. A pesar de todo ha sido un buen año para el pueblo, puesto que Castilblanco gracias al turismo natural, gastronómico y gracias al Camino de Santiago vive en una constante afluencia de visitantes que pasan aquí sus fines de semana. Cada vez son más las personas que eligen este destino y esperamos que estos datos sigan aumentando de cara al 2023.



# **ENTREVISTA**

CARLOS JAVIER GARCÍA RAMÍREZ ALCALDE AYTO. GRAZALEMA

### REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA Usted, como alcalde de Grazalema, ¿cómo definiría el año 2022?

Ha sido un buen año. Tenemos que tener en cuenta que, como bien saben, junto con Benamahoma integramos un único municipio, que fundamenta buena parte de su economía en el turismo. 2022 ha sido un año en el que, por suerte, al actividad turística ha terminado de despegar después de la pandemia.

Ha sido un año, en efecto, positivo en términos económicos y sociales. La posibilidad de recobrar todos esos espacios comunes perdidos durante el tiempo de pandemia y esa situación de calma general hacen que cerremos un año que podemos definir como positivo.

# ¿Han desarrollado algún plan a lo largo del año para la mejora de las cifras del sector comercial?

Sí. Hemos trabajado fundamentalmente en dos aspectos. El primero de ellos ha tenido que ver con la puesta en marcha de las acciones del plan de calidad turística y económica que puso en marcha en su momento el Ayuntamiento de Grazalema. Fue un plan que quedó totalmente paralizado en los primeros momentos de la pandemia y han habido una serie de acciones concretas vinculadas esencialmente a la calidad turística, que pasan también por cada uno de los flujos comerciales y, en efecto, el desarrollo de muchas de las medidas implementadas en este plan ha sido buena parte de la tarea y el trabajo que hemos desarrollado este año en materia turística y económica.

Y todo ello unido también a un proyecto concreto que tiene que ver con la puesta en valor de una serie de senderos para ampliar la oferta existente en materia de conocimiento de la naturaleza.



Por otro lado también, se han redactado varios proyectos que hemos presentado a los fondos europeos de recuperación en relación, precisamente, a los flujos turísticos y comerciales. Uno de ellos encaminado a una mejora de la plaza de abastos de Grazalema como zona comercial atractiva en lo que es la zona céntrica de la localidad. Y, después, algo que creemos interesante para el control de esos flujos de visitas que tenemos. Estamos desarrollando y diseñando un programa que se ha presentado a Europa para la contabilización de turistas, tanto en Grazalema como en Benamahoma, y que de acuerdo a un plan de movilidad en el que está trabajando el Ayuntamiento está llamado a ser otra de las estrategias futuras a seguir desarrollando.

# ¿Podríamos decir que ha vuelto el sector comercial a recuperar sus cifras habituales?

Sí. En esta temporada que estamos viviendo, la temporada otoño-invierno, que

# Carlos Javier García: "Compra en Grazalema, compra en Benamahoma"



tradicionalmente se ha asociado a destinos de interior como el nuestro, hay que ver el dinamismo que han tenido estos meses. Acabamos de atravesar un macro puente que, incluso, con situaciones meteorológicas nada favorables no ha dejado de ser un puente positivo para el pueblo. Y todo ello después de haber pasado un verano que ha sido muy bueno en datos de flujos.

Por lo que sí, podemos decir que el año 2022 ha sido, sin lugar a dudas, un año de recuperación

### Estamos inmersos en plena campaña navideña, ¿tienen sobre la mesa algún plan de dinamización para acentuar la afluencia de visitantes al municipio?

Llevamos desarrollando a lo largo de los tres últimos años un plan específico que invita a nuestros vecinos y a quienes nos visitan a comprar en Grazalema. "Compra en Grazalema, compra en Benamahoma" es esa campaña que iniciamos allá por el 2020 a partir de la pandemia. Ello ha llevado asociado una serie de concursos que hemos puesto

en marcha favoreciendo precisamente las compras en nuestro pueblo.

Este año recuperamos la gran cesta navideña en colaboración, me atrevería a decir, que de la totalidad de los comercios de nuestros pueblos y junto a la radio local que realiza una importantísima campaña de promoción.

### ¿Cómo plantean la llegada de 2023 desde Grazalema? ¿Será un buen año a la par que 2022?

Sí. Todos los datos, si nos fijamos en datos generales, apuntan a que va a ser un año en el que va a bajar la inflación, parece que va a ser un año en el que podrían terminar de ajustarse algunas circunstancias que a lo largo de este año 2022 nos han mantenido en cierta tensión.

Si mejoran esos datos no tenemos por qué esperar un año peor, sino todo lo contrario. Habiendo retomado con fuerza este 2022, de cara a lo que se espera para 2023 no queda de otra sino mirar al próximo año con entusiasmo y, en ese sentido, estamos esperanzados en que así sea.





nes, al menos la que yo represento, entendió el momento del cierre, ahora el sector está resurgiendo y sacando cabeza

"Tenemos edificios del siglo XVII, XVIII y XIX en los que la decoración sobresale"

El comercio, afortunadamente, está avanzando tras estos años de crisis económica. También el Ayuntamiento ha contribuido a su mejora, hay que tener en cuenta que para una ciudad de 12.000 habitantes hicimos un plan para salvar el comercio durante la época del COVID que no existió en ninguna otra provincia de Cádiz. Fue una inversión importante a la que pudieron acogerse todos los comerciantes de la ciudad, independientemente de la actividad que realizaran.

Por tanto, en este momento, este mes de diciembre es una época buena para el comercio en Medina Sidonia, porque es en estos meses de invierno cuando la ciudad recibe el mayor número de visitantes.

# Manuel Fernando Macías: "Nuestra repostería es un reclamo de primer nivel"

"Este mes de diciembre es una época buena para el comercio en Medina Sidonia"

# **ENTREVISTA**

MANUEL FERNANDO MACÍAS HERRERA ALCALDE DE MEDINA SIDONIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Miles son las personas que se adentran en estas fechas tan especiales, en estas fechas navideñas a visitar Medina Sidona. ¿Qué es lo que ofrece este municipio en esta época tan entrañable?

En primer lugar, hay que hacer referencia a la repostería local. Una repostería de origen árabe, fundamentalmente basada en trabajos de calidad, contamos con un nivel de la repostería asidonense a destacar. Nuestra repostería es un reclamo de primer nivel.

Por otra parte, ofrecemos también un museo al aire libre. Estamos hablando de una ciudad que cuenta con 3.000 años de historia y que no solo en Navidad, sino que también en el resto de los meses, ofrece un lugar idílico, rodeado de parajes de primer orden. Pero, fundamentalmente, hay que destacar que se trata de una ciudad construida sobre la historia y su ciudadanía es muy consciente del valor que posee la misma. Por lo tanto, se junta lo que significa el enclave de Medina Sidonia con lo que la ciudad aporta de cara al comercio y a estas fiestas, entre lo que destacan los dulces.

Asimismo, como no podía ser de otra manera, contamos con una programación navideña muy completa y un Belén viviente espectacular

# Con respecto a la decoración con la que cuenta Medina Sidonia, ¿qué destacaría?

Nuestro alumbrado se ha convertido en un referente. No obstante, al margen del alumbrado, el paraje, la ciudad en sí y el escenario en el que se cuelan estas luces es un escenario de primer orden. Tenemos edificios del siglo XVII, XVIII y XIX en los que la decoración sobresale, destacando por encima de otras ciudades que no cuentan con el patrimonio histórico que posee Medina Sidonia

Además, también nos hablaba de un Belén viviente...

Sí. Tenemos un Belén viviente que es una actividad fundamentada en el trabajo de varios figurantes voluntarios que van representando diferentes escenas en el casco histórico de Medina Sidonia.

El día del Belén viviente es un día importantísimo para la ciudad, un día en el que nos visitan muchísimas personas, hemos llegado a contabilizar 20.000 visitantes dentro del casco histórico.

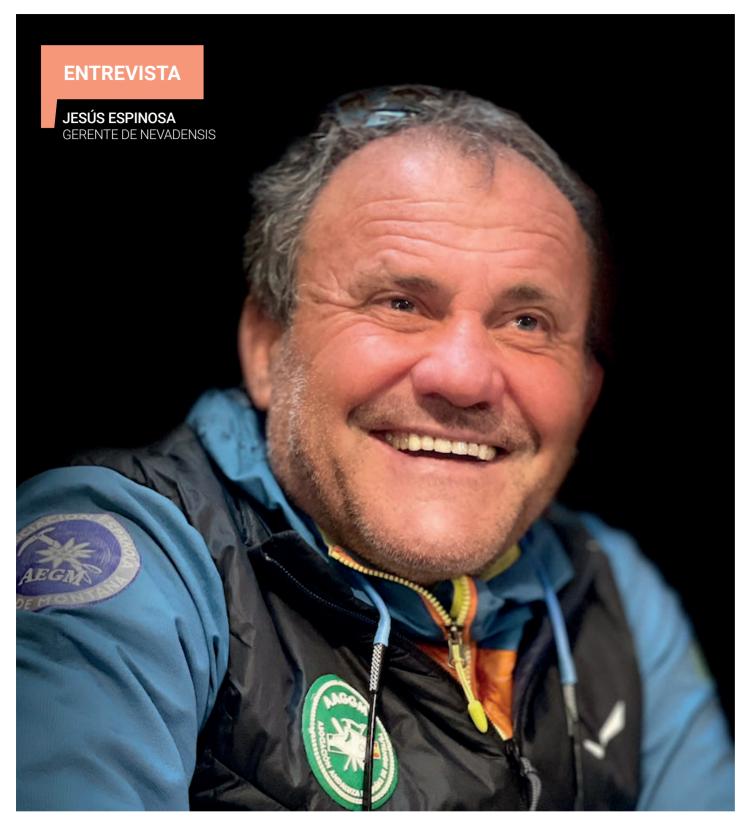
No cabe duda de que, como comentaba usted, los dulces de Medina Sidonia son uno de sus principales atractivos pero, ¿qué nos dice acerca del comercio? ¿Vive una buena etapa el sector comercial de este municipio?

El sector comercial ha pasado por el infierno. Las Administracio-

# Teniendo en cuenta que este es su último año como alcalde, ¿qué objetivos se marca para concluir con su mandato?

Tenemos proyectos importantes. Uno de ellos consta de una inversión de primer orden de más de 1.200.000 euros que va a permitir peatonalizar el recorrido que va desde la puerta del Ayuntamiento hasta 2 km en dirección al casco histórico, y que va a posibilitar que la ciudad se convierta en un enclave transitable para el ciudadano. Una ciudad amable, obedeciendo el principio del programa europeo al que ya tuvimos acceso hace unos años, siendo esta la segunda edición en la que se nos concede la subvención. Por esta inversión creo que ha de pasar el futuro de Medina Sidonia, transformando sin eliminar los orígenes de la ciudad.





# Jesús Espinosa: "Nuestro valor añadido es precisamente nuestra experiencia"

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA Indudablemente, en esta época del año todos aprovechamos para hacer balance y marcar nuevos objetivos. ¿Qué perspectivas tienen para los meses venideros que, además, son muy importantes para vosotros?

La temporada invernal acaba de empezar y, de momento, hay buenas perspectivas aunque siempre dependemos de la meteorología y de la nieve, que este año está costando un poco que llegue.

La Navidad, además, se presta para este tipo de actividades donde la gente busca frío y naturaleza también. ¿Se

# ofertan cosas interesantes desde Nevadensis?

Efectivamente, durante la Navidad tenemos una oferta muy variada de actividades, tanto para familias como para deportistas. Tenemos actividades en el entorno natural de la Alpujarra y actividades de senderismo que se pueden llevar a cabo en estas fechas donde incluso subimos un poco más arriba y estamos en contacto con la nieve.

En estos casos tampoco hace falta ser especialistas en nieve, hablamos de actividades aptas para todo tipo de público. Tenemos, por ejemplo, senderismo a través de paisajes nevados con raquetas de nieve, que

funciona muy bien con familias.

Pero también actividades mucho más exigentes que requieren materiales y equipos especializados. Es decir, tenemos una oferta muy variada en función de las expectativas de cada cliente, nos adaptamos a todos los públicos.

### Dentro de todo esto que hemos hablado, ¿cuáles son las actividades y servicios que más éxito han tenido y tienen?

Si hablamos específicamente de la temporada de invierno, podemos asegurar que la ascensión a las cumbres de Sierra Nevada es la joya de la corona, en sus diferentes modalidades. Hablamos de un senderismo de alta montaña muy demandado por el público ahora mismo.

Han sido tiempos complicados derivados de la pandemia que hemos vivido. Sin embargo, el turismo rural y las actividades deportivas y relacionadas con la naturaleza han experimentado un crecimiento y un reconocimiento. ¿En vuestro caso ha sido así? ¿Ha mejorado vuestras cifras?

Sí, ha mejorado. La temporada pasada ha habido un boom muy fuerte, un pico muy alto con una demanda muy grande. Este verano ha tendido todo hacia la normalidad, también en nuestras cifras, tal y como esperábamos.

"Si hablamos específicamente de la temporada de invierno, podemos asegurar que la ascensión a las cumbres de Sierra Nevada es la joya de la corona, en sus diferentes modalidades"

Este año, como digo, hemos vuelto a la senda, pero sí es cierto que este tipo de actividades son cada vez más demandadas por el público, con lo que esperamos seguir creciendo.

# ¿Cómo enfocan el 2023? ¿Pretenden desarrollar alguna actividad nueva o continuar con las que ya ofrecen? ¿Qué expectativas tienen?

Nosotros abogamos por continuar la misma línea, evidentemente mejorando los servicios. Estamos poniendo muchos esfuerzos en esta temporada de invierno y primavera marcada por la nieve y, luego en verano, darle un impulso muy grande a las actividades estrellas de la época, como las ascensiones a Sierra Nevada, los pueblos de La Alpujarra y demás actividades de aventura.

Una línea continuista pero que pretende mejorar cada día. Esperamos un buen 2023, vamos decididos, pero con mucha prudencia.

Dentro de todo el entramado de empresas de aventura y actividades en la naturaleza, Nevadensis ocupa un lugar destacado por el que ha trabajado mucho tiempo. ¿Por qué la gente os elige frente a otras de la competencia?

Yo siempre he repetido que nuestro valor añadido es precisamente nuestra experiencia, hablamos de una dedicación de más de treinta años, somos pioneros en todo esto, y eso se nota.

Además, somos una empresa local, nos manejamos muy bien, conocemos el territorio como la palma de la mano, y eso genera mucha fiabilidad y confianza en nuestros clientes. Sabemos muy bien lo que hacemos.



# **ENTREVISTA**

# **CRISTINA DE LOS ARCOS LLANEZA**

ALCALDESA DE **ESPARTINAS** 

REDACCIÓN I TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Qué valoración hace del año acontecido? ¿Considera

usted que ha sido un buen año para Espartinas?

El año 2022 ha sido un año muy especial para Espartinas que va a tener un final inmejorable, ya que el próximo 22 de diciembre el Ministerio de Transportes, Movilidad v Agenda Urbana adjudicará las obras de conexión de enlace de nuestro municipio a la SE40 y a la A49 a través de la Finca El Escribano. Se trata de la noticia más importante de la historia de Espartinas en los últimos 40 años y gracias al trabajo de este gobierno municipal v al compromiso del Gobierno de España se ha conseguido. Ello nos va a permitir no sólo acabar con los problemas de movilidad de los vecinos y vecinas de Espartinas, sino que abre un abanico de posibilidades empresariales que hasta ahora estaba vetado para este municipio por los problemas de movilidad que actualmente padecemos.

Tenemos además un parque empresarial y tecnológico denominado PÉTALO con 70 hectáreas disponibles que va a generar empleo y riqueza, y va a permitir a nuestra población que no tenga que salir fuera para trabajar. Hemos plantado las bases de la transformación de Espartinas.

# ¿Qué peso tiene el comercio en este municipio?

Hasta hace relativamente poco tiempo el comercio local se centraba principalmente en la restauración. Hoy en día esta tendencia va cambiando y cada día se abren nuevos comercios. Vemos una evolución muy positiva en este sentido y desde el Ayuntamiento estamos muy contentos. El comercio local es clave para la riqueza de una población.

### ¿Han atisbado un aumento del consumo por parte de la población?

La pandemia obligó al confinamiento de los municipios y ello permitió a nuestros comercios mostrar sus productos. Por nuestra cercanía a Sevilla y ante la ausencia actual de centros de trabajo importantes en el municipio, nuestros vecinos realizaban la compra en la capital, ya que gran parte de la población trabaja en ella. Esto provocaba un desconocimiento por parte de la ciudadanía de los comercios que había en la localidad. En el confinamiento, desde el Ayuntamiento dimos a conocer, a través

# Cristina de los Arcos: "El comercio local es clave para la riqueza de una población"

**ESPECIAL NAVIDAD** 



de nuestros canales de comunicación. los comercios que hay en Espartinas y la población hizo uso de ellos, conociendo la calidad de los mismos. Cuando terminó la etapa del confinamiento, los comercios

consiguieron afianzar una clientela fija que se mantiene hoy en día.

En este sentido, ¿con qué expectativas cuentan para Na-

Desde el Avuntamiento somos

dad. Hemos preparado una agenda de actividades culturales y de ocio muy amplia durante el mes de diciembre y primeros de enero. Ello avuda a que los vecinos v vecinas salgan a la calle, favoreciendo el consumo en nuestros comercios. Háblenos de cómo se viven

muy optimistas de cara a la activi-

dad comercial de la próxima Navi-

# estas fechas tan entrañables en Espartinas.

Es una época muy esperada entre nuestros vecinos y vecinas, gracias a las actividades que desde el Ayuntamiento hemos planteado en los últimos años, centradas especialmente en los más pequeños de la casa, principales protagonistas de estas fiestas.

Vamos a disfrutar en el casco antiguo de Espartinas de un Mercado Navideño que traerá a la localidad la magia de la navidad; Tendremos la Casa de Papá Noel en el Centro Cultura Casa de las Monjas para que los niños y niñas puedan deiar sus cartas: celebraremos una gran Fiesta de Fin de Año por primera vez en Espartinas y terminaremos las fiestas con nuestra gran Cabalgata de Reyes Magos.

### ¿Proponen estrategias de dinamización y promoción comercial?

El compromiso de Espartinas con su empresariado local es absoluto. De hecho, mantenemos una reunión mensual con la Asociación de Empresarios de la localidad que nos transmite las inquietudes de sus asociados. Este hilo directo nos permite conocer de primera mano los problemas que les afectan y buscar soluciones contando con

Nuestro gobierno se ha concentrado en mejorar la infraestructura y equipamiento de nuestras zonas comerciales. En este sentido, vamos a acometer una rehabilitación completa del Centro Comercial El Espartal, uno de los núcleos empresariales importantes del municipio. Vamos a emplear 300 mil euros en modernizar y adaptar este espacio a las necesidades actuales tanto de comerciantes como de usuarios. Será un espacio moderno, cómodo y muy aprovechable por la ciudadanía. Organizaremos el espacio, dando importancia al concepto de plaza como espacio público, con zonas de sombra mediante arboleda y pérgolas.

Por otro lado, hemos rehabilitado el caso antiguo del municipio, adecentándolo y dotándolo de grandes acerados que permiten un mejor acceso peatonal a los comercios. Además, hemos habilitado una bolsa de aparcamiento con 100 plazas cerca de la zona céntrica donde se encuentra un gran número de comercios.

También y no menos importante, hemos creado una ordenanza de veladores, que regulan el otorgamiento y continuidad de las licencias y autorizaciones correspondientes a este tipo de instalaciones, buscando la mejor compatibilidad entre el uso lucrativo del espacio público y su libre utilización y disfrute por parte de todos los usuarios de la vía pública. con la mayor atención a todos los condicionantes de movilidad y accesibilidad y de respeto del medio

### ¿Cuáles son los objetivos que se marcan desde este **Ayuntamiento para 2023?**

El obietivo marcado en rojo es la conclusión de la conexión de Espartinas con la SE40 y la A49. Ello, como he indicado antes, va a permitir la transformación de este municipio.

El próximo año debe ser también el del impulso definitivo del tramo de la SE40 Espartinas-Valencina de la Concepción. Este gobierno ha realizado un trabajo encomiable junto al Ministerio de Transportes para que la conexión de Espartinas a la SE40 a través de la A8076 sea una realidad y lo vamos a conseguir. Esto va a suponer dos conexiones de Espartinas con las vías rápidas y una transformación de la localidad que pasará a ser un foco comercial, industrial v tecnológico referente en la provincia de Sevilla, debido al enclave







# Antonio Alcaide: "Para nosotros la innovación es imprescindible y desde donde nace todo"

# **ENTREVISTA**

# **ANTONIO ALCAIDE**

DIRECTOR DEL
DEPARTAMENTO DE
GESTIÓN DE PROYECTOS
DE AURORA INTELLIGENT
NUTRITION

# REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Cuál es la actividad que desarrollan desde Aurora Intelligent Nutrition?

En Aurora Intelligent Nutrition desarrollamos productos de alimentación funcional a medida adaptándonos a las necesidades de nuestros clientes.

Trabajamos en proyectos tanto en marca privada como marca blanca dando un servicio 360 grados. Trabajamos de la mano de nuestro cliente desde la idea y definición del producto, pasando por el diseño y packaging, asesoría legal en etiquetado y por supuesto la fabricación del producto.

Barritas, cremas de frutos secos, geles, gominolas, reconstituibles... son algunos de los productos que trabajamos a día de hoy, no

obstante vamos incorporando nuevos formatos y productos continuamente.

### ¿Qué balance hacen de este 2022? ¿Ha sido un buen año en lo que a cifras respecta?

Hacemos un balance muy positivo de este año, hemos podido cumplir objetivos, además de haber alcanzado un hito muy importante para nosotros, entrar en el mercado estadounidense con un cliente muy importante

En 2022 hemos crecido en número de trabajadores, en metros de instalaciones y también en facturación.

La situación económica en la que nos encontramos es complicada pero aun así hemos podido superarnos un año más tanto en nacional como en mercados internacionales.

# ¿Cómo se avecina la temporada de Navidad?

Actualmente en Aurora no trabajamos de forma estacional, trabajamos durante todo el año con la misma intensidad. Nos adaptamos a la demanda de nuestros clientes durante todo el año.

# ¿Qué productos son los más demandados en estas fechas?

La fabricación de polvorón es estacional y, el mercado que ofrece, nacional por lo que tuvimos que apostar por la innovación para desestacionalizar el negocio e internacionalizar la compañía.

Así fue como empezó Aurora Intelligent

Nutrition. En 2006, conseguimos nuestra primera muestra validada, una barrita hiperproteinada. Hoy en día, tenemos más de 10.000 fórmulas desarrolladas y clientes a nivel global. Sin embargo, el medio sigue siendo el mismo, apostar por la innovación.

# ¿Ha quedado algún proyecto por concluir en este 2022?

Para nosotros el 2022 ha sido un buen año, hemos abordado retos muy motivadores, un ejemplo en nuestras barritas con *Tenebrio molitor*. Hace más de 5 años empezamos a trabajar con el Tenebrio, así que en cuento la EFSA aprobó su comercialización pudimos poner barritas al mercado con este ingrediente. La barrita de *Tenebrio molitor* la llevamos a la testing zone de la feria Vitafoods de Ginebra y obtuvimos el segundo premio en la categoría de innovación.

Durante 2023 verán la luz proyectos de innovación en los que hemos estado trabajando en este año.

# ¿Cuáles serán las líneas estratégicas a seguir en 2023?

Para nosotros la innovación es imprescindible y desde donde nace todo. Actualmente, tenemos presencia en más de 39 países. En Aurora, tenemos una visión clara: Seguir trabajando duro e invirtiendo en I+D+i para poder continuar creciendo y explorando nuevos mercados. Sin olvidar nunca, nuestro compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad. Para nosotros, van de la mano.



# Juan Carlos Navarro Antunez: "Todas las actividades se enfocan al beneficio del comercio de la localidad"

**ESPECIAL NAVIDAD** 



# **ENTREVISTA**

**JUAN CARLOS NAVARRO ANTUNEZ** 

ALCALDE DE SAN NICOLÁS **DEL PUERTO** 

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

### ¿Ha sido un buen año para San Nicolás del Puerto? ¿Se ha visto una recuperación en la restauración y el comercio, entre otros sectores de la economía?

Ha sido un año muy positivo. Al terminar las restricciones por la pandemia este pueblo, que es un referente turístico en la provincia, ha tenido una primavera, un verano y un otoño con un afluencia de público muy importante, que se ha unido al poder realizar con total normalidad fiestas como la noche del terror, la feria y más de 30 actividades culturales que se han celebrado durante los dos meses de verano, todo con una afluencia de público muy positiva y por encima de lo esperado.

Podemos decir que el sector turístico y, por lo tanto, los establecimiento que dependen del turismo han tenido un buen año.

Resaltar que dos de los monumentos naturales ubicados dentro del Parque Natural Sierra Norte se encuentran están en esta localidad y son de los más visitados de Andalucía. Después de la pandemia y cuando empezaron a dividirse las restricciones por provincias, estos monumentos atrajeron a un público de Sevilla a niveles nunca vistos, turistas Sevillanos que no los conocía ni la localidad, ni la comarca. Y durante este año se ha mantenido parte de esa gran afluencia de público.

### Se acercan las navidades. ¿plantean una dinamización potente para el comercio en estas fechas tan esperadas?

Podríamos decir que la Navidad es una de las épocas del año donde menos número de visitantes tenemos. Siempre hav que tener en cuenta que aunque seamos un pueblo muy turístico seguimos siendo de fines de semanas, puentes y vacaciones, estamos luchando, tanto este Ayuntamiento como todos los de la Sierra Morena Sevillana, en buscar ese turismo entre semana que es lo que le daría un auténtico impulso al sector turístico de la comarca.

No obstante, durante las Navidades tendremos conciertos, coros navideños, actividades para niños e incluso por primera vez montaremos una carpa en la plaza del pueblo y tendremos un DJ para la noche del 31 de diciembre. Cabe señalar que todas las actividades se enfocan al beneficio del comercio de la localidad.

### La restauración, que ha sido uno de los sectores que más ha sufrido en los últimos años, también será uno de los protagonistas de esta campaña, ¿verdad?

Todo está enfocado al sector de la restauración, han sido unos años muy difíciles para todos pero especialmente para ellos, desde este Ayuntamiento y a través de las ayudas del Plan Contigo de la Diputación de Sevilla, se les ha ayudado económicamente en distintas líneas para que reactiven sus negocios y seguiremos haciéndolo impulsando el turismo. Lógicamente, todo lo que se haga durante estas Navidades está enfocado al sector de la restauración.

### Háblenos de los actos que mayor relevancia adquieren en la programación navideña.

Como he dicho anteriormente es un pueblo pequeño y las navidades no son las fechas de más afluencia de turistas, pero este año vamos a hacer un esfuerzo y se van a realizar actividades que he citado en preguntas anteriores.

San Nicolás del Puerto tiene actividades prácticamente todos los meses del año y en temporada de verano prácticamente todos los días. Quiero recordar y reiterar que somos el tercer pueblo más pequeño de la provincia de Sevilla y el segundo presupuesto más pequeño, por lo tanto todo lo que no cuente con subvenciones de la Diputación supone un verdadero esfuerzo para sacarlo adelante.

## ¿Con qué sensaciones termina el año? ¿Han cumplido con las expectativas?

Muy por lo alto de lo pensado, ha sido un año con muchísimo turismo, donde hemos hecho un esfuerzo, gracias siempre a los programas de la Diputación para atraer turismo y lo hemos conseguido mucho más de lo esperado. Por lo tanto, seguiremos trabajando por el turismo y, por supuesto, para intentar fijar y aumentar población. Seguiremos aunando esfuerzos para tener una agenda cultural-turística lo más completa



# Pedro Godino: "La Navidad es una temporada de mucha actividad comercial en Gaucín"



**ENTREVISTA** 

PEDRO GODINO ALCALDE DE GAUCÍN

### REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Cómo de importante es la temporada navideña para Gaucín?

Entiendo que tiene la misma importancia que puede tener para otro municipio, ya sea grande o pequeño. La Navidad es una temporada de mucha actividad comercial en Gaucín, una temporada que redunda positiva-

mente sobre todo en negocios de hostelería, restauración y pequeñas tiendas del municipio que suelen tener una venta más alta. Y, al igual que en verano suele venir mucho turismo, en esta época suele visitarnos un gran número de personas que vienen a reunirse con sus familiares para celebrar estos días de fiestas.

# ¿Es una época en la que el pueblo se llena de visitantes?

Sí. Suele venir bastante gente, sobre todo en los considerados días más importantes, como lo son Noche Buena, Navidad, Fin de Año y Año Nuevo. Suelen ser, como decía, familiares, aunque también hay algún turista que viene a pasar, principalmente Fin de Año,



lejos de lo que es su entorno habitual.

# Para esta gente que visita Gaucín, ¿qué actividades proponen desde el Avuntamiento?

Tenemos un amplio catálogo de actividades que van a congregar a todos los ciudadanos, independientemente de su rango de edad. Habrá un parque temático infantil, cañones de nieve, un teatro musical, fiestas por la tarde-noche, una chocolatada con churros, la tradicional cabalgata de Reyes y tenemos varios viajes organizados en familia para visitar Belenes fuera del municipio. En fin, tenemos un catálogo bastante amplio para que, especialmente, las familias disfruten de estas fechas en Gaucín.

# ¿Facilita el Ayuntamiento las compras en el comercio de cercanía?

No tenemos un plan de dinamización como tal, lo que sí pedimos a los ciudadanos es que aprovechen los comercios, pues hay muchas cosas que se pueden comprar en el pueblo y con ello contribuimos al avance del comercio local, ayudamos a ese comercio de proximidad que normalmente no oferta productos más caros ni más baratos que en otras grandes superficies y, al final, estas compras incentivan el negocio local y redundan positivamente en la economía del municipio.

# ¿Ha sido un buen año para este sector en Gaucín?

Yo entiendo que sí. Tras los años tan malos que hemos tenido con la pandemia,

este año hemos notado una reactivación de la economía. Gaucín es un municipio que vive alrededor del turismo y todo lo que ello conlleva y uno de los sectores que se ve beneficiado es el comercio, en especial los comercios locales. Este año el verano fue muy bueno, comenzó prácticamente después de Semana Santa y ahora digamos que se sigue manteniendo aún ese turismo, porque hemos tenido un tiempo que ha propiciado esta situación. El buen clima ha hecho que el verano turístico se

haya prolongado dos o tres semanas más de lo normal.

# ¿Es la decoración un motivo para aquellos que deciden visitar Gaucín?

Sí. Nosotros tenemos un grupo de mujeres que hacen trabajos con lana y llevan ya varios años decorando, principalmente, el centro del pueblo. Ahora, con la llegada de la Navidad, hemos colado varios abetos distribuidos por distintos enclaves estratégicos del pueblo, entre los que destaca uno grande ubicado en el centro del pueblo con 5 metros de altura. Todos ellos están decorados con diseños y creaciones de lana.

A parte, contamos con un portal enorme que hemos colocado en la plaza del pueblo y con una iluminación propia de estas fechas.

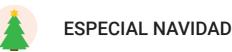
# ¿Ha sido 2022 un buen año para el municipio del que usted es alcalde?

En líneas generales, sí. No nos podemos sentir satisfechos al completo, porque evidentemente desde una administración pública eso sería contraproducente, nosotros siempre queremos más.

"El buen clima ha hecho que el verano turístico se haya prolongado dos o tres semanas más de lo normal"

Es cierto que a nivel turístico hemos tenido un año muy bueno, pero como bien sabe la situación geopolítica, que no depende de nosotros, no es nada favorable, tenemos una guerra a las puertas de Europa y, por ende, de España, por lo que la situación dista mucho de ser la idónea, pero es verdad que tampoco podemos quejarnos, pues el año ha sido bastante bueno después de los años tan duros que hemos vivido.

La gente ha empezado a moverse, hemos tenido un año turístico favorable, las familias nacionales han podido reunirse con la tranquilidad de salir a la calle sin mascarilla, por lo que si no fuera por este handicap que tenemos en torno a la política, habría sido un año completo.



# Diego Manuel Agüera: "La

# Algaba debe alzarse como un pueblo puntero dentro del área metropolitana de Sevilla"



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El año 2022 ha sido un año m ¿Cómo ha vivido el sector comercial del municipio de La Algaba estos últimos meses del año?

Teniendo en cuenta que venimos de una situación muy complicada derivada de la pandemia, podemos decir que, efectivamente, se ha reactivado la economía en los últimos meses en el municipio de La Algaba y me atrevería a decir que en toda España.

El Ayuntamiento ha puesto de su parte y en este año 2022 hemos puesto en marcha la tercera campaña de apoyo al comercio local en Navidad. Por lo tanto, a parte de que la reactivación ha sido positiva en los comercios y en la hostelería por su propia naturaleza, el Ayuntamiento ha estado colaborando con ellos en aras de contribuir al favorable crecimiento de ambos sectores.

# ¿En qué se basa esta campaña de apoyo al comercio local de la que habla?

Nosotros pusimos a disposición de los empresarios 45.000

euros divididos en tres campañas diferentes, con un desembolso de 15.000 euros en cada una. Las dos primeras campañas tuvieron lugar en la Navidad de 2021 y en la primavera de 2022, y ahora tiene lugar la campaña de Navidad de 2022. La intención es potenciar las compras en el municipio a través de los comercio adheridos, que son 70 comercios los que se han adherido a esta campaña puesta en marcha desde el día 14 de diciembre, para lo que el Ayuntamiento va a poner 15.000 euros de premios directos. Hemos puesto 10.000 rascas al servicio de los 70 comercios, de los cuales 1.350 están premiados.

### Cabe destacar que han puesto más de 90.000 euros en ayudas directas a las personas trabajadoras autónomas de la localidad...

Sí. Esa es la segunda fase de la ayuda al comercio y al autónomo. Nosotros ya pusimos en marcha otras ayudas directas en el año 2021, que fueron unos 130.000 euros directos que se pusieron a disposición de los empresarios autónomos del pueblo. Y ahora hay una segunda fase que cuenta con 90.000 euros para todos aquellos hosteleros y comercios que no se pudieron adherir a la primera campaña, para que lo puedan hacer ahora. Incluso, hemos ampliado un poco los epígrafes para que puedan tener acceso a estas ayudas otro tipo de comercio, otro tipo de hostelería y otro tipo de pequeño empresario que antes no pudo obtener ayudas y que ahora sí va a poderla obtener.

### ¿Seguirá siendo esta la senda a seguir por el Ayuntamiento de La Algaba, apoyando y ayudando a su sector empresarial?

Nosotros ya hemos comenzado una senda que creo que ha llegado para quedarse. Acabamos de aprobar los presupuestos para el año 2023, en los que se incide en ayudas para los pequeños comerciantes y de incentivo hacia la población para que en el año 2023 también podamos ayudar y potenciar el comercio de cercanía.

# ¿Cómo se vive la Navidad en este municipio?

Este año hemos desarrollado un programa de Navidad al que hemos denominado "sin precedentes" en el municipio. Empezamos el pasado día 6 de diciembre con la inauguración de la Navidad y vamos a tener actos casi todos los días hasta el próximo 5 de enero, día en el que terminaremos con la gran cabalgata de los Reyes Magos. Tenemos actividades que van desde pasacalles, conciertos de bandas de música, teatro para niños, talleres infantiles, nuestra noche flamenca, musicales hasta tendremos un mega parque navideño en una de las plazas más visitadas del municipio A parte, vamos a tener dos grandes conciertos de dos grandes artistas como lo son Arcángel y Joana Jiménez en una carpa grandísima que se va a instalar en la Plaza de España, en el centro del pueblo. El día 4 tendremos el Cartero Real y el día 5 concluirá la programación con la esperada cabalgata que está siendo organizada por parte de la Delegación de Fiestas.

# ¿Espera el sector comercial obtener fructuosos beneficios en estas fechas tan esperadas?

Yo creo que sí. En el primer acto que tuvimos el día 6 habían muchas personas en la calle, además de ser un día de fiesta, el Ayuntamiento incentivó la afluencia de visitantes a través de numerosas actividades en las calles que lograron que la población se encontrara en ellas, así como gente de fuera. Lo que queremos con este programa también es eso, ser visitados por gente nueva. por vecinos y vecinas de la provincia de Sevilla que ayudan a la reactivación de la economía del pueblo. Por lo tanto, los empresarios, los comercios y la hostelería se van a beneficiar mucho de este programa de actividades de Navidad.

## ¿Podríamos afirmar entonces que este 2022 ha sido un año beneficioso y fructífero para La Algaba?

Yo creo que sí. La Algaba ha avanzado mucho en los últimos años y en los últimos tiempos, a pesar de haber convivido durante dos años con una pandemia a nivel mundial que paralizó por completo la actividad en el municipio.

"Los comercios y la hostelería se van a beneficiar mucho de este programa de actividades de Navidad"

El Ayuntamiento y sus áreas han estado trabajando de manera silenciosa para volver a la normalidad, evolucionando en lo que a infraestructuras se refiere, poniendo en marcha nuevos servicios para los ciudadanos y ciudadanas, hemos estado trabajando en este programa de Navidad que, insisto, es un programa sin precedentes con el que van a disfrutar muchísimo principalmente los niños y las niñas, aunque se dirige a todas las edades.

La Algaba ha avanzado mucho en estos últimos años y esa será la tónica a seguir en los próximos tiempos, seguir avanzando para poner al pueblo en el área que corresponde. La Algaba debe alzarse como un pueblo puntero dentro del área metropolitana de Sevilla.





# **ENTREVISTA**

FRANCISCO JAVIER
PROPIETARIO DE CASA
VAGÓN VÍA VERDE DE LA
SIERRA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Cómo están viviendo estos últimos meses en Casa Vagón Vía Verde de la Sierra? ¿Son buenas las ocupaciones para finalizar el año?

La temporada 2022 ha sido buena hasta el verano, ya a partir de septiembre hemos notado un descenso. De hecho, en este último puente de la Inmaculada teníamos una buena ocupación, pero se han ido cancelando las reservas, quedándonos a un 40% de la ocupación total.

Ahora es temporada baja en los vagones, noviembre, diciembre y enero son los peores meses del año con diferencia. Sobre todo diciembre y enero, exceptuando el puente de diciembre que siempre suele ser bueno, a diferencia de este año que no lo ha sido a causa de las lluvias.

### ¿Proponen alguna oferta distintiva en aras de contribuir al aumento de la demanda?

Sí. En los meses en los que menos demanda tenemos bajamos los precios, incluso en los fines de semana en los que la estancia mínima son dos noches si no tengo ocupación lo libero y dejo que puedan ocupar una noche. El precio más bajo para visitarnos se sitúa en estos meses.

> "Noviembre, diciembre y enero son los peores meses del año con diferencia"

# ¿Cuándo comenzaría para ustedes la temporada alta?

Mi temporada alta se centra en los meses de verano -junio, julio y septiembre-, así como Semana Santa y algunos puentes. Cuando comenzamos a notar movimiento es tras el puente de febrero del Día de Andalucía, a partir de ahí como empieza a mejorar el tiempo, nos adentramos en primavera y comenzamos a tener más reservas sobre todo de fines de semana.

# ¿Vuelve el turista a la tendencia de anticipar sus reservas?

A mí me pasa que en temporada alta sí. De hecho, ya tengo muchas reservas para julio

# Francisco Javier: "El precio más bajo para visitarnos se sitúa en estos meses"

y agosto, por lo que entiendo que sí, porque en verano, que es cuando se suelen realizar estancias más largas, están reservando con mucho tiempo de antelación.

# Además, cabe incidir en que cuentan con parking de autocaravanas para pernoctar. ;no?

Sí. Para el parking de autocaravanas cambia la fecha de mayor ocupación con respecto a los apartamentos. Las fechas de mayor ocupación para el parking son ahora y en primavera, es decir, invierno, otoño y primavera. Sin embargo, en verano, al ser un destino de interior, la gente suele preferir acudir a destinos de costa, por lo que la temporada baja para este parking es en verano.

Ahora mismo viene mucho cliente ex-

tranjero, aunque también nos visita algún cliente nacional.

# ¿Se nota una mayor afluencia de este tipo de turistas que realiza sus vacaciones en caravana?

Sí. En fechas anteriores a la pandemia, en 2019 ya se notaba un aumento de la afluencia de este tipo de turismo y se ha manteniendo hasta la fecha. Hay gente que, incluso, viene a probar la experiencia, que no tiene autocaravana, pero alquila una y viene a pasar unos días aquí

# ¿Con qué expectativas cuentan para el 2023? ¿Esperan que sea un buen año?

Yo espero que sí. 2022 ya ha sido bastante bueno y el pronóstico para 2023 es seguir en la línea e, incluso, mejorar cifras.





# Francisco Duarte: "Confiamos en que ningún niño o niña se quede sin juguetes"



**ENTREVISTA** 

FRANCISCO DUARTE RESP. MARKETING Y DISEÑO GRUPO MGI

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Cuáles son los puntos fuertes del Grupo MGI?

 $Desde\,sus\,inicios, Tiendas\,MGI$ se ha caracterizado por ofrecer

productos para el hogar y juguetes a un precio muy contenido. Este ha sido propiciado por diferentes factores que podríamos resumir en, alto volumen de compra, eliminación de intermediarios, bajo margen comercial y exhaustivo control de gasto.

Todos estos elementos, unidos al concepto de "precios redondos", hacen del catálogo de MGI una oferta muy atractiva para cualquier

## ¿Cómo ha evolucionado la demanda en este 2022? ¿Ha sido un buen año para MGI?

El mercado en general ha sufrido una desaceleración de ventas conforme ha ido avanzando el año Al ser propiciados, principalmente, por el aumento de costes generalizados, muchos clientes buscan alternativas más económicas como tiendas MGI. A pesar de la reducción de márgenes, mantenemos un buen ritmo de ventas y esperamos mejorar las cifras del ejercicio an-

¿Cuáles serán las líneas estratégicas a seguir en esta campaña de Navidad?

Principalmente, amplio catálogo a un gran precio omnicanalidad y personalización de experiencia. Cada vez del cliente es más exigente y busca la opción y el canal de compra que más encaje con sus necesidades e incluso hábitos, pudiendo desechar un buen puñado de ofertas y encontrar otras tantas más para un mismo producto o similar. En estos momentos en los que la demanda es muy elástica, hay que poner al cliente en el centro del modelo de negocio, entenderlo, y ofrecerle una oferta acorde a sus intereses e igual de coherente tanto en canales online como offline

### El comercio encara otra Navidad con incertidumbre, ¿son esperanzadores los datos que maneian?

Por el momento lo que podemos apreciar es que está siendo más tardía que en años anteriores, pero confiamos en que ningún niño o niña se quedará sin juguetes. Es posible que se gaste algo menos y se busquen opciones más económicas, pero la ilusión por los regalos, por compartir con la familia y seres queridos estos días del año, permanecerá inalterables, ya que es un concepto muy intrínseco en la sociedad.

## Ante un posible enfriamiento de la economía, ¿plantean alguna estrategia de cara a 2023?

Las estrategias puedes ser muy dispares en función de las fortalezas y debilidades únicas de cada empresa, pero en términos generales, adoptar una estrategia customer focus nos ayudará a entender los motivos por los que un cliente con mucha variedad de ofertas hace una compra, nos visita, o por que no lo hace.

Poner en el centro de la estrategia de marketing al cliente y buscar la excelencia en todos los pasos de la experiencia de compra (y post-compra) serán vitales, no solo para conseguir completar una venta, si no para conseguir un posicionamiento más duradero en el mercado y en el top of mind del





# Jorge Sánchez: "Hemos intentado ampliar la oferta para que se adapte al tiempo y la economía de todo tipo de públicos"



**ENTREVISTA** 

JORGE SÁNCHEZ PROPIETARIO DE LA **DEHESA EXPERIENCES**  REDACCIÓN I TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Ya en entrevistas anteriores nos hablaba del nuevo concepto de alojamiento que ofrecían desde la Dehesa Experiences. Ahora que ha llegado el culmen del año, ¿qué balance hacen del mismo?

La verdad es que ha sido un buen año. Desde nuestra apertura, el proyecto ha tenido una acogida súper buena y este año hemos batido todos los récords, tanto de ocupación como en términos económicos para la empresa. Cabe indicar que ha mejorado aún más la satisfacción por parte de nuestros clientes en lo que al servicio que ofrecemos se refiere.

### ¿Cómo plantean vivir esta última parte del año en la Dehesa Experiences? ¿Qué oferta hacen para estas navidades?

Nosotros cerramos el año con una campaña de Navidad, centrados en la venta de paquetes para regalos en estas fechas. Es cierto que en Noche Buena estamos cerrados, pero el resto de días abrimos y contamos con una tasa de ocupación muy elevada, ofreciendo cositas especiales. El concepto de tranquilidad, naturaleza y experiencias se mantiene hasta el final de año, introduciendo ahora la nueva campaña de micología y oleoturismo, y unas cenas especiales en concreto para la noche de Fin de Año.

# Nos adentramos en épocas entrañables, épocas que nos invitan a regalar y desde su alojamiento facilitan varios descuentos con motivo, por ejemplo, del Black Friday...

Eso es. Hemos hecho una campaña en el Black Friday también para la gente que se quiere anticipar y quiere disfrutar de una experiencia en la Dehesa a un coste un tanto más económico del habitual.

Después, durante todas las navidades habrá una campaña en lo que a packs de regalo se refiere para que la gente pueda regalar una experiencia que, al final, no es como algo material, que al cabo del tiempo acabamos olvidando y perdiendo, sino que es una experiencia, algo que nadie nos puede quitar y que vamos a recordar a lo largo de nuestras vidas.

# ¿Han tenido una buena acogida, hasta la fecha, estos packs?

Sí. Los pusimos a la venta unos días antes del Black Friday y ha habido una gran avalancha de compras, tanto por web como vía llamadas o e-mail.

Hemos ofrecido distintos tipos de packs, ofrecemos desde una sola noche hasta packs que ofrecen experiencias y media pensión. Hemos intentado ampliar la oferta para que se adapte al tiempo y la economía de todo tipo de públicos.

# ¿Cómo se torna el inicio del 2023 en lo que a reservas se refiere?

Al margen del año pasado, tenemos un adelanto de las reservas bastante notable. La gente parece que empieza a planificar sus vacaciones con un poco más de antelación, va pasando un poco la incertidumbre en la que hemos estados inmersos con la pandemia y creo que sigue habiendo un margen de mejora con respecto a otros años, aunque nos está tocando el tema de la incertidumbre, el aumento de los precios por la guerra y demás, pero la evolución está siendo buena y positiva. Ya hay muchas reservas para la época de primavera y verano. En ese sentido, estamos muy contentos.

### ¿Plantean una estrategia a seguir para el próximo año?

Sí, por supuesto. Todos los años nos planteamos seguir evolucionando mejorando nuestro producto experiencial, incidiendo en las actividades, la gastronomía e, incluso, en la experiencia aloiativa en concreto. Todos los años intentamos mejorar, cambiar y que la gente cuando vuelva a la Dehesa siga disfrutando de lo que más le gusta, pero viendo cosas nuevas y diferentes, por lo que el próximo año habrá bastantes sorpresas y cambios para todos los huéspedes que ya se han alojado con nosotros.

### ¿Obtienen beneficios aquellos huéspedes que repiten su estancia?

Sí. Cuando un cliente hace una reserva con nosotros recibe un e-mail antes de su llegada indicándole las cosas más importantes que deben saber antes de llegar y, después, antes de la salida, le agradecemos su estancia con nosotros y le aportamos un código descuento para que vuelva a repetir la experiencia e, incluso, lo puede compartir con sus amigos o personas cercanas.

"El próximo año habrá bastantes sorpresas y cambios para todos los huéspedes que ya se han alojado con nosotros"

### ¿Qué le diría al turista potencial para que descubra y se aloje en la Dehesa Experiences?

Le diría que va a venir a disfrutar de algo distinto, de un entorno único, una tranquilidad increíble, con total intimidad, de una gastronomía local, sana y exquisita, con experiencias en la naturaleza adaptadas a todos los gustos. En definitiva, que va a disfrutar de una forma diferente de hacer



Diciembre 2022



# **ENTREVISTA**

# PAKO ROMERO PODEROSO

GERENTE DE SUBPARKE

### REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Cómo están viviendo desde Subparke estos últimos meses del año?

Los últimos meses del año los estamos viviendo bastante bien, básicamente porque el otoño no ha entrado hasta hace unos días, hasta el 1 de diciembre prácticamente. Por ende, todas las actividades que nosotros hacemos relacionadas con educación ambiental, ecoturismo y turismo de naturaleza las hemos podido desarrollar sin ningún problema, porque tanto el clima fuera del agua como dentro de la misma por la calidez que aún concentra, permite realizar las actividades con total normalidad.

# ¿Hacen un balance positivo de este 2022?

Sí. Hacemos un balance positivo, sobre todo teniendo en cuenta

# Pako Romero: "Hemos superado nuestras expectativas"

los años que venimos arrastrando a causa de la pandemia, en los que empresas como la nuestra, de pequeño y mediano tamaño, han visto mermados muchísimos recursos. Aún así, estamos contentos con este 2022.

# ¿Han cumplido con las expectativas esperadas?

Hemos superado nuestras expectativas, porque la pandemia, para bien o para mal, a nivel empresarial nos hizo modificar la estructura de nuestra empresa y hemos comenzado a aunar esfuerzos dirigiéndonos hacia un público más directo y cercano, lo cual nos ha beneficiado. Esta nueva forma de trabajar con la gente nos ha funcionado muy bien.

¿Cuál es el principal cliente que acude a ustedes en esta época invernal?

Tenemos dos clientes bastante diferenciados. El cliente que tenemos en julio y agosto es un turista de sol y playa, que viene buscando algunas actividades pero, sobre todo, el efecto llamada es el sol y la playa. Y luego, en otoño e invierno, que es la época en la que nos encontramos ahora, nos viene gente muy comprometida con el espacio, lo cual no quiere decir que en julio y agosto no lo estén, pero es otro público totalmente diferente, porque ya no buscan el sol y la playa, sino que vienen buscando un espacio protegido como puede ser Cabo de Gata.

¿Ha aumentado la cantidad de turistas que buscan adentrarse en estas nuevas experiencias en la naturaleza, lejos del sol y la playa?

Si le damos la excepción a

esos dos meses puntuales -julio y agosto- que creo que es algo generalizado a nivel nacional, sí que es cierto que poco a poco se va viendo, aunque sea un poco pronto para decirlo, la desestacionalización de la zona por esa bonanza climática que nos permite tener en octubre y noviembre temperaturas de 22-23 C°. Sí que notamos que la gente va buscando esas bonanzas climáticas para poder desarrollar actividades en espacios protegidos.

# ¿Qué ofertas de las que ustedes proponen han destacado en esta temporada?

Tenemos una que destaca mucho que, aunque parezca mentira, es el tema de la actividad subacuática, porque en meses como octubre y noviembre el agua se sigue manteniendo a 22-23 C°. Luego, la otra estrella, que sería la antagonis-

ta, es el astroturismo. Esta bonanza climática de la que tanto hablamos permite hacer senderismo nocturno para, posteriormente, vislumbrar las constelaciones más importantes.

## ¿Cuáles serán las líneas a seguir en 2023? ¿Qué objetivos plantean desde Subparke?

Los objetivos los tenemos muy marcados. Pretendemos continuar con la misma dinámica en las actividades de naturaleza, dedicadas al ámbito subacuático y al ámbito terrenal. Y luego, también, desarrollamos la gestión de un equipamiento de uso público que se llama la Casa de los Volcanes, que es un Museo Geominero. Queremos potenciar esas estructuras y equipamientos de uso público para que sean un nexo de unión para el resto de actividades que vamos desarrollando.





# **ENTREVISTA**

**JORGE SÁNCHEZ RUBIO** CEO DE ROLLING ALMERÍA

### REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Cuáles son los servicios que está ofreciendo actualmente dentro del territorio andaluz Rolling Almería?

Actualmente, realizamos dos bloques de servicios principalmente. En primer lugar, realizamos rutas en 4X4 por diferentes zonas. Empezamos por la zona del Cabo de Gata, por el entorno del Faro, Salinas, zona de los humedales... una ruta que llevamos a cabo prácticamente todo el año bajo demanda. La segunda ruta que ofrecemos es en otra sección del parque, que abarca desde San José, Playa de Genoveses – Playa de Mónsul con baño para los clientes y, luego, las Minas de Oro de Rodalquilar.

La tercera ruta que realizamos es por el desierto de Tabernas, en su zona norte. En las 3 rutas se va explicando un poco el paisaje, la naturaleza y el cine rodado en el parque natural, en este caso de Cabo de Gata y del desierto de Tabernas también.

# ¿De dónde surge Rolling Almería?

La actividad de la empresa surge realmente por la asociación entre la naturaleza y el cine, es decir, hay una gran sintonía entre el cine y la naturaleza en el entorno de Almería, muy asociado al paisaje que tenemos, tanto desértico como paisaje relacionados con el mar, lo que hace que la actividad de la empresa sea enseñar ese entorno natural asociado a la actividad cinematográfica, ofreciendo las imágenes que se han rodado de películas y series tan famosas como puede ser Juegos de Tronos, es decir, un poco para enseñar esa asociación que es tan importante y una actividad divertida de cara al cliente.

## ¿Cuántos años llevan y cómo ha sido la trayectoria desde ese momento en el que comenzaron hasta el punto en el que nos encontramos hoy?

Desde el momento en el que empezamos, realmente la actividad se ha incrementado. Esto es debido también gracias al empuje de Costa de Almería, Diputación y a los Ayuntamientos de Tabernas Ayuntamiento y de Almería, que han impulsado bastante el desarrollo de la actividad en toda la zona.

Es verdad que Almería había sido la gran desconocida desde el punto de vista turístico y esto ha cambiado bastante gracias a que el turista ha estado buscando ciudades más pequeñas debido a la pandemia del covid, así como entornos naturales para unas vacaciones tranquilas y sin masificaciones. Todo esto ha ayudado.

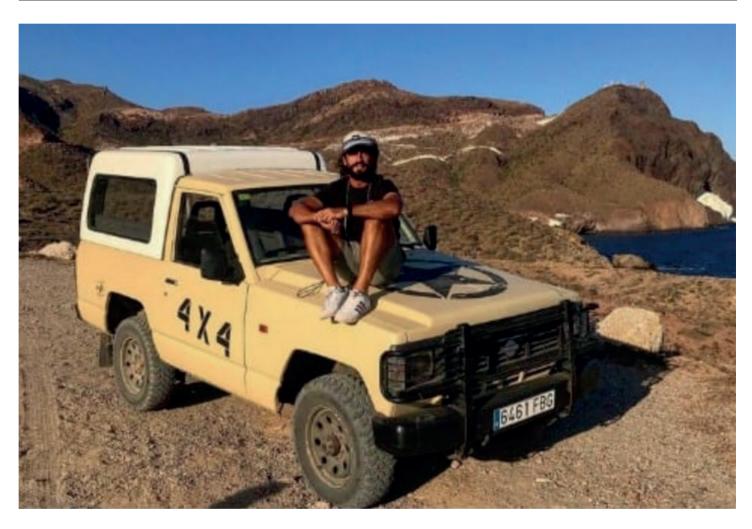
### ¿Notan entonces ustedes también un incremento de lo que es la competencia o de empresas que se dedican a una actividad similar a la que vosotros desarrolláis?

El incremento de la competencia siempre está asociado a licencias o licitaciones por parte del parque natural. La realidad es que no creo que haya aumentado en los últimos 3 años en exceso la competencia, porque si la zona se satura de servicios, realmente las licencias se limitan con el fin de no saturar de servicios las zonas naturales.

¿Ha crecido obviamente a la competencia? Claro que sí, pero no en exceso y creo que

# Jorge Sánchez: "Hay una gran sintonía entre el cine y la naturaleza en el entorno de Almería"

**ESPECIAL NAVIDAD** 



eso es positivo para todos, siempre y cuando no sea algo muy extremo.

# Además, imagino que por el tipo de actividad que desarrolláis es fundamental que prime la sostenibilidad y el medio ambiente, ¿no es así?

Por supuesto, es muy importante que los parajes naturales en los que trabajamos se encuentren en buen estado. Asimismo, trabajamos con acciones locales, como recogida de residuos y conservación del parque natural. Además, damos avisos de algún peligro que detectemos o avisamos cuando detectamos que algo que se ha deteriorado con el fin de que sea repuesto lo antes posible y que se pueda trabajar con normalidad.

¿Hacia dónde se dirige Rolling Almería para lograr diferenciarse de esas empresas que hemos hablado? Si bien es sana la competencia, debemos buscar un valor añadido que atraiga a los clientes.

Nosotros buscamos esa diferenciación a través de servicios. En este sentido, como

segundo producto lo que ofrecimos en su momento fueron rutas en barco en la zona del Cabo de Gata con parada para hacer snorkel. Es una ruta que complementa muy bien la actividad de tierra porque hay muchos clientes que, después de hacer una primera actividad, hacen la otra, lo que ayuda a conocer el parque natural desde el entorno marino a la parte terrestre, entonces ofrece esas dos perspectivas muy diferentes. De esta manera, el cliente obtiene una experiencia completa.

Siguiendo tu pregunta, nos dirigimos hacia la desestacionalización. Poco a poco, el entorno del parque natural atrae clientes durante todo el año porque, gracias a que tenemos un clima privilegiado, se pueden hacer actividades durante todo el año. De este modo, queremos seguir trabajando en esta dinámica para conservar los servicios durante todo el año.

Para todo eso necesitamos un volumen de clientes, que poco a poco es cierto que se va incrementando tal y como muestra la tendencia

## No podemos concluir la entrevista sin preguntarte por los proyectos que tenéis para 2023, así como por vuestras perspectivas.

Para este 2023 se prevén buenas perspectivas de crecimiento en todo el entorno debido a los buenos datos, por ejemplo, podemos destacar que San José está entre los diez pueblos que más turistas han recibido durante este año, por lo cual se ve que las perspectivas van a ser muy positivas. Creemos que esta zona se va a conocer mucho más y es muy buena noticia, siempre y cuando crezca de esa forma sostenible. sin saturación.

La idea es diferenciarnos desde el punto de vista de la calidad, ofrecer servicios más dirigidos al cliente. Además, queremos ofrecer también servicios en otros idiomas, que es una gran carencia que existe en el sector: la falta de disponibilidad de profesionales que puedan hablar, al menos, francés e inglés para que los turistas extranjeros también puedan disfrutar una actividad en las mismas condiciones que el turismo nacional.

Diciembre 2022



# Félix: "La confianza ha vuelto y el cliente vuelve a reservar con normalidad"

# **ENTREVISTA**

**FÉLIX** CEO DE RURALIDAYS

# REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA ¿Qué balance hace desde Ruralidays de los últimos meses del año acontecido?

La verdad que estos últimos meses han sido buenos. Partiendo de la base de que tenemos una guerra en Ucrania a la que se suma la situación de inflación generalizada, ha sido un buen año y estos últimos meses han terminado como esperábamos.

### ¿Sigue el cliente reservando sus vacaciones con poco tiempo de antelación o ya vuelve a tendencias anteriores?

Según nuestros datos, la confianza ha vuelto y el cliente vuelve a reservar con normalidad. Hubo un momento de inestabilidad a finales de febrero con el inicio de la invasión de Ucrania, durante 10 días de completa incertidumbre atisbamos una disminución de las reservas, pero sí es cierto que hemos normalizado la guerra en Ucrania y tenemos un 40% más de reservas para el año que viene con respecto a este 2022 en las mismas fechas.

El cliente extranjero ha vuelto a reservar con mucha anticipación y el cliente español se ha acostumbrado a reservar con un año vista, no al mismo grado que el extranjero, pero sí se va viendo como el cliente nacional reserva, sobre todo las vacaciones de verano, con bastante anticipación.

Luego, lógicamente el cliente de cercanía, que es un cliente que reserva para un fin de semana, es un cliente menos previsor, reserva dos o tres semanas antes.

### Incidiendo en estas fechas navideñas, ¿se vuelca el potencial cliente en reservar casas rurales para pasar estos días festivos?

Sí. En este caso, para Navidad reservan principalmente familias y luego, en Fin de



Año hay un poquito de todo, se juntan jóvenes, pero cada vez más se juntan más familias para pasar el 31 juntos en un entorno diferente, lejos del habitual.

# ¿Y si hablamos de la llegada de los primeros meses del año?

La verdad es que la previsión es buena. Los tres primeros meses del año, quitando la época del 2020, son realmente buenísimos a nivel de reservas a futuro, mientras que a nivel de disfrute de reserva son los meses más flojos, porque es temporada baja.

¿Le preocupa que el cliente, una vez se acerca la fecha de sus vacaciones, cancele ante una contención del gasto? ¿Le preocupa el enfriamiento al que

### parece estar abocada la economía?

Nosotros actualmente no tenemos esa preocupación, porque el nivel de reservas nos está diciendo lo contrario. Sí es cierto que pueden haber clientes que esperen a última hora para encontrar mejores ofertas, pero nosotros ofrecemos precios realmente muy competitivos.

Incidiendo en la inflación, es cierto que algunos propietarios, en torno al 25%, han subido sus precios para el verano del año que viene, pero no ha sido una subida masiva. Nuestras casas no han subido de precio como para que el cliente atisbe que no puede viajar, otra cosa es que dentro de su vida personal le haya aumentado el precio de todo y decida no viajar, porque no cuenta con ahorros suficientes.

# ¿Cuáles están siendo, en líneas generales, las ubicaciones más demandadas?

La ubicación más demandada siempre es Málaga, Cádiz es la segunda y Granada la tercera, pero sí es cierto que en Málaga es donde hay más oferta alojativa y donde el cliente extranjero puede acceder a una casa a 30-40 km del mar.

### ¿En qué seguirán trabajando de cara a 2023 para mantenerse al alza como empresa líder en alquileres de casas rurales?

Dentro de nuestros objetivos estratégicos, destaca la parte de sostenibilidad. Nosotros ya promovíamos diferentes asuntos referentes a la sostenibilidad con los propietarios, pero ahora se ha convertido en uno de nuestros núcleos de negocio.

A parte de comunicarles sobre qué deben hacer o cómo deben actuar los propietarios para reducir su huella de carbono, vamos a crear una etiqueta Eco para asignársela a aquellos alojamientos que trabajan en su sostenibilidad. Se diferenciarán estas casas dentro de nuestra web para que el cliente que tenga preferencia por estos alojamientos sostenibles pueda acceder a ellos.

Y, por supuesto, ayudaremos a las que no están en esta senda explicándoles las ventajas de ser una casa sostenible.



56 Tribuna de Andalucía | INDUSTRIA Diciembre 2022



Acto de presentación de la Memoria de Sostenibilidad del sector cementero andaluz.

El sector cementero andaluz disminuyó las emisiones de CO2 en 579.291 toneladas, equivalentes a las emisiones anuales de 495.000 vehículos

La pérdida de competitividad motivada por el ascenso de los precios de los derechos de emisión de CO2 y el aumento de los costes eléctricos limitan la exportación de las fábricas andaluzas

l consumo de cemento en Andalucía descendió un 1,2% en 2020 a causa de la crisis sanitaria del Covid-19 y creció un 15,4% en 2021, alcanzando 3,3 millones de toneladas, según recoge la Memoria de Sostenibilidad del Sector Cementero en Andalucía, elaborada por la Fundación Laboral Andaluza del Cemento v el Medio Ambiente (FLACEMA). Tras la recuperación del consumo de cemento experimentada en 2021, en 2022 ha vuelto a descender. Concretamente, en el período enero-septiembre de 2022, la reducción fue de un 4,6%, situándose en una cifra de 2.281.390 toneladas.

La Memoria de Sostenibilidad, que se elabora y edita cada dos años, ha sido presentada en un acto en la Fundación Cajasol. El documento recoge los datos de los cinco grupos empresariales que forman parte de FLACEMA (Votorantim Cimentos, FYM HeidelbergCement Group, Cementos

Diciembre 2022 INDUSTRIA | **Tribuna de Andalucía** 57



Acto de presentación de la Memoria de Sostenibilidad del sector cementero andaluz.

El consumo de cemento en Andalucía descendió un 1,2% en 2020 a causa de la crisis sanitaria del Covid-19 y creció un 15,4% en 2021, alcanzando 3,3 millones de toneladas

Portland Valderrivas, CEMEX España y LafargeHolcim) que, entre 2019 y 2021, invirtieron en Andalucía más de 34 millones de euros, de los que el 32% se destinaron a proyectos medioambientales.

Durante la presentación, el presidente de FLACEMA, Alan Svaiter, ha puesto de manifiesto la difícil situación que atraviesa el sector en estos momentos, afirmando que "el incremento de los costes eléctricos, el nuevo escenario de comercio de derechos de CO2 y las dificultades con las que se están encontrando algunas fábricas andaluzas a la hora de valorizar, están mermando nuestra competitividad para poder exportar". Asimismo, ha señalado que en este escenario tan complicado. en el que también baja el consumo de cemento, el tránsito hacia la economía circular, la descarbonización, el reciclado y la valorización de residuos, contribuyen positivamente a paliar la situación.

Por su parte, los vicepresidentes de FLACEMA, José Manuel Rodríguez y José Miguel Sánchez, en representación de UGT-FICA Andalucía y CCOO del Hábitat Andalucía respectivamente, dejaron constancia de su preocupación por la situación actual del sector. En este sentido, manifestaron la importancia de seguir avanzado en la valorización energética de residuos que, además de mejorar el comportamiento medioambiental del sector, contribuye a garantizar el mantenimiento del empleo

# Descarbonización y economía circular

El director general de FLACE-MA, Manuel Parejo, fue el encargado de presentar la IX Edición de la Memoria de Sostenibilidad de la Industria Cementera Andaluza (2020-21), que es el reflejo de la contribución social y medioambiental de la industria cementera andaluza y de la importancia que este sector otorga a la descarbonización, a la economía circular y a las relaciones con sus grupos de interés.

Durante su intervención, Manuel Parejo destacó cómo el sector, durante los tres últimos ejercicios, aprovechó 696.496 toneladas de combustibles alternativos, cuyo contenido en biomasa permitió ahorrar 579.291 t. de CO2. Estas emisiones equivalen a las emisiones anuales de 495.000 coches

El director general de FLACE-MA también explicó que en 2021 Andalucía alcanzó un nivel de sustitución térmica en sus hornos del 39,2%, situándose por encima

de la media española, pero por debajo y de la media europea, que se sitúa en torno al 52%. "Estos niveles de valorización han posibilitado evitar el vertido de más de 1,5 millones de t. de residuos en vertederos, así como un importante ahorro de combustibles de origen fósil", subrayó.

En la Memoria de Sostenibilidad presentada se da cuenta del compromiso del sector con la seguridad laboral en sus instalaciones, persiguiendo el objetivo de "Cero Accidentes", así como con la formación continua de sus trabajadores. De hecho, tal y como se desprende del documento, los índices de frecuencia y gravedad del sector se encuentran muy por debajo de los obtenidos por el sector de la construcción, el resto de las industrias y los índices medios observados en España y Andalucía.

# Sobre FLACEMA y AFCA

a Fundación Laboral Andaluza del Cemento y el Medioambiente (FLACEMA) nació en 2003 por iniciativa de las empresas cementeras de Andalucía asociadas a AFCA (Votorantim Cimentos, FYM HeidelbergCement Group, Cementos Portland Valderrivas, Cemex España y LafargeHolcim) y los dos sindicatos más repre-

sentativos (UGT-FICA Andalucía y CCOO del Hábitat de Andalucía). El objetivo de esta fundación es concienciar y crear una cultura en Andalucía que haga compatible el progreso económico y social con el respeto al medio ambiente y la preservación de los recursos naturales, es decir, evolucionar hacia el desarrollo sostenible, la economía circular y la descarbonización.

58 Tribuna de Andalucía | TECNOLOGÍA Diciembre 2022

# La patronal de las empresas digitales malagueñas aprueba en su Asamblea General Fundacional la presidencia de Ricardo Nandwani

▶ El órgano de gobierno de Málaga Digital, en su constitución, acuerda la creación de un Consejo Asesor presidido por la vicepresidenta ejecutiva de CEM



a Asociación de Personas Empresarias y Autónomas de la Industria Tecnológica y Digital, Málaga Digital, patronal de las empresas digitales de la provincia, ha aprobado la presidencia de Ricardo Nandwani, socio fundador de Aticco Software y presidente de la Comisión de Empresa y Economía Digital de la Cámara de Comercio de Málaga, en su Asamblea General Fundacional, celebrada este viernes en la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM).

La vicepresidenta ejecutiva y secretaria general de la Confederación de Empresarios de Málaga y Andalucía, Natalia Sánchez Romero, ha presidido la sesión, en la que también se ha acordado la creación de un Consejo Asesor del que ella misma será presidenta, según ha informado el colectivo mediante nota de prensa.

Sánchez Romero ha destacado la importancia de contar en Málaga con una asociación en los ámbitos tecnológico y digital que permita a las empresas de estos sectores unirse para compartir experiencias, generar sinergia y trabajar por objetivos comunes. La vicepresidenta ejecutiva y secretaria general



ha recordado el posicionamiento internacional de Málaga como referente tecnológico, desarrollo por el que se debe seguir apostando, más que nunca en momentos de incertidumbre económica como los actuales.

El órgano consultivo asesorará al Comité Ejecutivo y Junta Directiva constituida igualmente en Asamblea General Fundacional, contará además con el presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga, Sergio Cuberos; el director de Málaga TechPark, Felipe Romera; el decano del Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos de Telecomunicaciones de España; Mario Cortés;

el director gerente de la Agencia Digital de Andalucía; Raúl Jiménez; Susana Carillo, concejala del Área de Innovación Digitalización Urbana; Javier López, vicerrector de Empresa, Territorio y Transformación Digital en la Universidad de Málaga, y Francisco Salas, director gerente de la Red Municipal de Incubadoras Promálaga. Se trata de un órgano abierto al que está previsto que se unan empresas del sector

"Málaga Digital es una organización patronal sin ánimo de lucro e independiente de la administración pública, organizaciones de trabajadores y partidos políticos, que ya reúne a más de 50 empresas y autónomos del sector", ha explicado su presidente.

"Representamos y defendemos los intereses de las empresas y trabajadores autónomos de la industria tecnológica y digital de la provincia de Málaga. Trabajamos para el fomento de la cultura tecnológica y el desarrollo del talento digital como habilitadores para mejorar la vida de las personas, las empresas y la sociedad. Además, contribuimos al desarrollo económico y digital de Andalucía con proyectos que ayudan a reducir la brecha digital", ha añadido.

"Con la mirada puesta más allá de los objetivos de España Digital 2025, alineados con nuestras candidaturas a la Expo2027 Málaga, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Década Digital de Europa 2030, trabajaremos para conseguir una Andalucía más innovadora, más sostenible, más humana, más digital y más empresaria", ha concluido Nandwani.

El Comité Ejecutivo de Málaga Digital, aprobado en Asamblea General, ha quedado constituido bajo la presidencia de Nandwani por Vito Epíscopo, director de Relaciones Institucionales de Grupo Trevenque y Presidente de Smart City Cluster, en calidad de vicepresidente; Princesa Sánchez, socia de Red Mouse Comunicación y gerente de AJE Málaga, en calidad de secretaria general, y Pablo Díaz, socio director de Arelance, vocal del Cluster OnTech Innovation y miembro del Pleno de la Cámara de Comercio de Málaga, en calidad de tesorero.

La Junta Directiva, por su parte, está conformada por Alvaro Simón de Blas, director general de Bic Euronova y presidente de ANCES (Asociación Nacional que agrupa à la Red de Centros Europeos de Empresas e Innovación) y del Club de Empresas Innovadoras Euronova; José González Villodres, CEO de Pilarbox y presidente de AJE Málaga; Antonio Manuel Adrián, responsable de Tupl Agro y vicetesorero del Colegio de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Málaga; Manuela Aránega, CEO de Clave 3 y AcciónMK y presidenta de la Federación Andaluza de Marketing, y Alberto López Malax, socio fundador de Ideanto y Thenowo.

Más de 70 asistentes han acudido a la Asamblea General Fundacional de Málaga Digital, entre representantes públicos y privados del sector del empresariado tecnológico de Málaga. Entre ellos, Rosa Sánchez Jiménez, concejala de Promoción de la Ciudad.

Sánchez Jiménez ha subravado "la importancia de generar y establecer este tipo de alianzas que, sin duda, refuerzan y consolidan el ecosistema empresarial, innovador y de emprendimiento de la ciudad. Desde el Ayuntamiento damos la bienvenida a esta nueva patronal, Málaga Digital, que aúna a entidades de toda la provincia en un sector en el que cada día somos más referente tanto en el ámbito nacional como internacional y que se nutre y da visibilidad al innegable talento profesional de pymes, autónomos y emprendedores que existe en nuestra ciudad"

Por su parte, la delegada de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía Málaga, Carmen Sánchez Sierra, ha querido mandar un saludo a la patronal: "la Málaga tecnológica de la que tanto se habla ya es más que una realidad: somos un polo de atracción empresarial relevante que fomenta la riqueza y el empleo estable y de calidad. Un ejemplo de ello es la creación de esta patronal. Vamos por buen camino".

La patronal de empresas digitales de Málaga nace con el respaldo de Ametic, la asociación representante del sector de la industria digital en España; un apoyo evidenciado a través del vídeo remitido por el presidente de Ametic, Pedro Mier, que se ha proyectado durante la sesión. Mier ha felicitado a Ricardo Nandwani por crear una asociación que agrupe a las empresas del entorno digital de Málaga y le ha animado a desarrollar proyectos conjuntos en el ámbito nacional. Diciembre 2022 AGENDA | **Tribuna de Andalucía** 59

# AGENDA DICIEMBRE-ENERO

**21** g

• Webinar: convocatoria de ayudas para la transformación digital de la pyme (ces). Masempresas.cea.es

**27** g

• Webinar: marketing digital: herramientas para mejorar. Masempresas.cea.es

Pereco.

• Gestión de Procesos Empresariales con ProcessMaker -Malaga City Center. Calle Cortina del Muelle, 1, Málaga

16<sup>e.</sup>

• Curso de Experto en Reestructuración Empresarial. Instituto de Estudios Cajasol. Hacienda Cartuja, Av. del Aljarafe, s/n, Sevilla

• Executive Masterclass: "El líder y la gestión de personas en un mundo nuevo" por Andrés Raya. Loyola Executive

**25** ge 25

• VII Controller Forum Sevilla. Loyola Executive y Global Chartered Controller Institute - GCCI

**27** Eucro.

• El salón del vehículo clásico, de época y colección Retro Málaga. FYCMA. Málaga

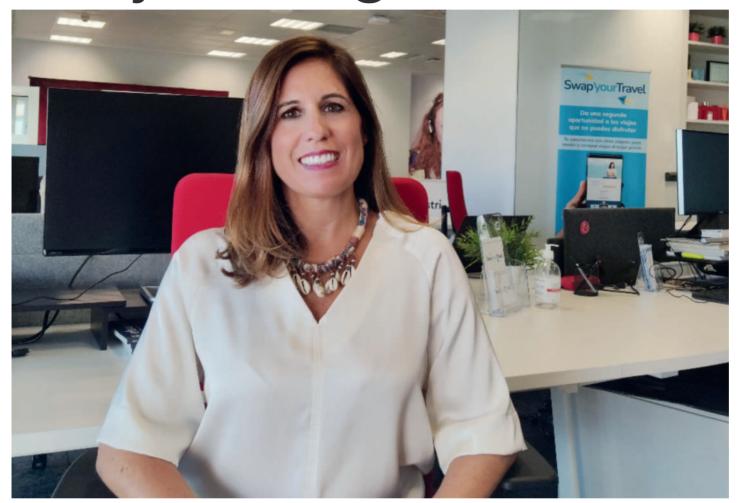
31<sup>ener</sup>.

Bar Experience Málaga by Ginebralia. BEM Málaga.
 FYCMA. Málaga

# Jóvenes emprendedores andaluces

ANA GONZÁLEZ. SWAP YOUR TRAVEL

# Viajes de segunda mano"



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA wap Your Travel surge de la enorme pasión de cuatro jóvenes por los viajes. "Surgió un imprevisto personal y tuvimos que renunciar a un viaje y entonces pensamos que estaría bien que existiera un lugar donde la gente pudiese revender esos billetes que no puede usar. Esto sucedió mucho durante la pandemia y las compañías áreas les daba un bono, pero tenía fecha de caducidad. La gente quiere el dinero no un bono", explica Ana González CEO de esta iniciativa. "Me está encantando la aventura de emprender, al principio dormía muy poco, pero el balance es muy positivo. Emprender tiene muchas ventajas porque tengo el control de mi destino, la satisfacción de cubrir una necesidad".

Diciembre 2022

Swap Your Travel es una plataforma digital para la compraventa de billetes y bonos de viaje entre particulares. Si una persona se ha quedado por un imprevisto sin poder disfrutar de su viaje, con esta plataforma tiene la posibilidad de traspasárselo a otra persona y poder recuperar la mayor parte de su dinero, y una persona que quiera viajar puede encontrar chollos o gangas de viajes. Los propios usuarios son los que suben su oferta a la web www.swapyourtravel.com.

"Los billetes son nominativos cuando vas a embarcar, pero las compañías son cada vez más flexibles a la hora de cambiar la titularidad con una pequeña tasa, pero aun así compensa. Y el bono tiene un código asociado que también se puede traspasar a otra persona", argumenta Ana que cree que "Ahora que está tan de moda comprar cosas de segunda mano, porque no un viaje. Todo el mundo sale ganando. Hay beneficio para todas las partes".



# "La pasión que nos mueve en Agrooe es hacer un mundo mejor"

MIGUEL ÁNGEL PÉREZ. AGROOE





REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Esta idea se nos ocurrió viendo que en el supermercado donde compramos habitualmente las frutas y las verduras no encontrábamos proveedores locales de alimentación y no nos lo creíamos, empezamos a investigar y vimos que había una necesidad en que el público supiera que estaba comprando realmente, si los productos eran locales o de fuera". Esto fue lo que llevó a Miguel Ángel Pérez y su socio a poner en marcha Agrooe.

Agrooe es una empresa que se dedica a la tokenización en el sector agroalimentario, aportando valor a las empresas emitiendo certificados y productos cada vez más sostenibles a través de blockchain. "Nos integramos con la cadena productiva de la empresa y en el etiquetado, añadimos valor porque el cliente final puede ver de donde proviene, información del agricultor, de todos los proveedores que han intervenido y todos los controles sanitarios", explica Miguel Ángel que dice que "la pasión que nos mueve en Agrooe es hacer un mundo mejor. Un etiquetado más completo y más sostenible y que las empresas y usuarios pueden ser más conscientes de lo que están vendiendo y lo que están comprando".

Esta es el proyecto de dos emprendedores natos procedentes de carreras de marketing y de negocios y para los que emprender "se lleva e la sangre, es un acto de pasión de valentía de resiliencia, de no conformarse con la vida. Cada vez más las nuevas generaciones valoran este modelo de vida. Hay que trabajar mucho y hay que tener mucha pasión".



# REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA 1 hecho de que haya más de siete mil enfermedades raras en el mucho y que por lo menos 1 de cada 14 personas las padezcan es lo que ha llevado a Ana, bioinformática a montar una empresa que se dedica a digitalizar y optimizar el proceso de diagnóstico en el ámbito de la genética clínica y que ha empezado a dar sus primeros pasos con pacientes con en-

fermedades raras. "Actualmente se tarda en diagnosticar a estos pacientes una media de cinco años para lo que se emplean muchos recursos de pruebas y consultas innecesarias e incluso de medicación que puede ser contraproducente".

Un asistente virtual ayuda a tomar decisiones en todo el proceso tanto a los médicos como a los genetistas, decisiones mas eficientes para que todo el proceso sea más rápido. Funciona haciendo preguntas al médico para

# "Ser emprendedor es estar motivado las 24 horas del día"

JAVIER SOLANO LÓPEZ. MY WINNING APP



que, partiendo de los datos clínicos del paciente, pueda obtener una lista de enfermedades y genes candidatos y hacer un estudio genético a medida para cada paciente para conseguir el diagnostico en el menor tiempo posible. "La idea surgió porque tenemos familiares que son médicos neurólogos y que les costa muchas horas de investigación saber que estudio genético tenia que hacer a cada paciente", explica Ana que ha contado

con la colaboración de su hermano experto en inteligencia artificial.

"Yo no emprendí porque tuviese la necesidad de emprender. Simplemente se alinearon los astros y detecté un problema que me llamó mucho la atención y encontré una posible solución", relata esta emprendedora a la que Andalucía Emprende ha premiado en la categoría de empresa con mayor impacto **62** Tribuna de Andalucía | SOCIEDAD Diciembre 2022

# Antonio Pulido, Académico de Honor de la Real Academia de Ciencias, Bellas Letras y Nobles Artes de Córdoba

l presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, ha sido nombrado Académico de Honor de la Real Academia de Ciencias, Bellas Letras y Nobles Artes de Córdoba, y ha ingresado en esta Institución realizando la lectura de un discurso que ha abordado con detalle la transformación ya culminada del sistema financiero y los retos de futuro de este sector, bajo el título: "Transformaciones producidas y nuevos retos del sistema financiero español"

Durante su discurso, el presidente de la Fundación Cajasol ha hecho varias reflexiones y ha sido autocrítico con el proceso de transformación y la evolución del sistema financiero hasta llegar a nuestros días "hay que comenzar destacando que el sector ha experimentado en este período uno de los procesos de reestructuración más complejos y profundos de la Zona Euro. Unos cambios que han configurado un nuevo escenario y unas reglas del juego radicalmente distintas a las que conocíamos antes del estallido de la crisis". Además, Pulido ha puntualizado que se trata de "una transformación de un calado sin precedente alguno en la historia de España que se ha producido a pesar de que inicialmente se pensaba que los bancos y cajas españolas gozaban de una fortaleza superior al resto de entidades europeas y que, por lo tanto, iban a sufrir menos los efectos de la crisis. Posiblemente, esto se debió en primer lugar a un error de diagnóstico sobre la naturaleza y la gravedad de los problemas a los que se enfrentaba el sector financiero.

Tal v como explicó durante su intervención, "este camino de reformas y de reorganización del modelo financiero español ha tenido, pues, sus luces y sus sombras, aunque el balance no puede considerarse más que positivo". A pesar de ser crítico en algunos de los aspectos y decisiones que se tomaron en su momento, Pulido ha corroborado, con datos y conclusiones que "el trabajo realizado para la recapitalización, saneamiento, ajustes de capacidad y reforma de las cajas de ahorros han permitido superar los desequilibrios que se habían acumulado en el sistema financiero. A día de hoy, y como señalan





las distintas evaluaciones que han hecho tanto el Banco Central Europeo como la Comisión Europea o el Fondo Monetario Internacional, el sector bancario español cuenta con balances saneados y con mayor fortaleza, lo que le permitió, por ejemplo, afrontar la crisis de la pan-



demia. El resumen de la situación actual es que hay menos entidades, es cierto, pero son más grandes, están bien capitalizadas y son más competitivas. Es decir, el sistema ha ganado en solidez, estabilidad y confianza. Creo por tanto que el balance que podemos hacer de este proceso de reestructuración es, con todas las cautelas, positivo".

Para concluir su intervención,

el presidente de la Fundación Cajasol quiso profundizar sobre el futuro y los retos de la banca: el de la estructura de los bancos, la exclusión financiera en algunos territorios, sobre lo que Pulido señaló que "en algunos segmentos de la población el uso de las herramientas digitales les resulta engorroso y complicado". Y, por último, el fenómeno de la llamada "plataDiciembre 2022 SOCIEDAD | **Tribuna de Andalucía** 63



formización" de la banca, que tal y como explicó el conferenciante "se configura como un auténtico 'supermercado'. Un proceso que no diré que sea inverso, pero sí paralelo a la entrada de las llamadas "big tech" como Microsoft, Apple o Google en servicios financieros. No es el futuro, sino el presente".

En el último apartado de su exposición, Pulido quiso reivindicar el importante papel que han jugado, y que juegan todavía fundaciones como la que preside, así como todas v cada una de las obras sociales de las cajas andaluzas: "La obra social de la que partimos y que ahora canaliza la Fundación Cajasol se articula en tres grandes líneas de trabajo: el impulso al crecimiento económico, nuestra acción social, y el tercer gran eje de nuestra actividad, y que representa sin lugar a dudas una de las grandes señas de identidad de

nuestra misión como Fundación, está la conservación, la promoción y la difusión del rico patrimonio cultural y artístico de Andalucía".

Por último, el presidente de la Fundación Cajasol ha querido agradecer este nombramiento tan especial a la Academia: "pienso que no se puede terminar mejor el año que siendo reconocido y acogido tan solemnemente como Académico de Honor por una de las instituciones culturales más importantes y activas de tu tierra". Además, ha querido aprovechar su discurso para "renovar el compromiso que mantengo con el desarrollo de nuestra tierra y para adquirir públicamente uno nuevo con la Real Academia de Córdoba, una institución con la que, como saben, venimos trabajando muy intensamente en un amplio programa de actividades de divulgación de nuestro patrimonio histórico".



ás de 500 person as han visitado la I Feria del Empleo de Huelva organizada por la Federación Onubense de Empresarios (FOE) y la Fundación Cajasol, todo un éxito de esta primera muestra que se clausuró ayer y en la que los demandantes de empleo han podido conocer las ofertas laborales que las entidades participantes ofrecen en la provincia.

La corriente creada en torno a este evento ha llevado a los promotores a avanzar que el año que viene se repetirá la experiencia, introduciendo algunas novedades que lleven a esta Feria a posicionarse definitivamente como referente provincial del Empleo. Y es que el número de alumnos participantes en las charlas y conferencias, además de los usuarios que han pasado por la misma, no hacen más que respaldar el paso dado por la FOE y la Fundación Cajasol, que

# Más de 500 personas visitan la I Feria del Empleo organizada por la FOE y Fundación Cajasol

han querido reunir en un mismo espacio una completa oferta laboral ofrecida por distintos sectores empresariales, así como por entidades de diferente naturaleza.

Además de poner en contacto a empleadores y empleados, esta Feria ha permitido dar a conocer las singularidades que en torno a la empleabilidad ofrece nuestra provincia, a través de las diferentes conferencias que se han abordado desde un prisma empresarial y eminentemente práctico.

La notoriedad obtenida no

hubiera sido posible sin la participación de Adecco, Eurofirms, Ministerio de Defensa, Stemdo, Fundación Don Bosco, Inserta, Asociación de Empresas Informáticas (Asein) y Cruz Roja que han estado presentes con su propio stand en la Feria, así como por la colaboración de las empresas Logy Marketing, ESM Asociados, Atlantic Copper, Soporttec y el proyecto CEA+Empresas, que han ofrecido interesantes charlas a los alumnos asistentes de diferentes centros educativos.



# Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

Andalucía direccion@tribunadeandalucia.es redaccion@tribunadeandalucia.es publicidad@tribunadeandalucia.es

**DICIEMBRE MMXXII** 

