

Lorenzo Amor.
Una reforma
contra los
autónomos P8



Antonio Pulido. Un
año económico
que invita al
optimismo P9



**Javier Sánchez
Rojas.** Hacer
más empresa
para impulsar la
recuperación P10



Rocío Blanco:
"Hemos tramitado
los expedientes de
ayudas en menos
de 3 meses, un hito
histórico" P28



Marta Bosquet:
"Ser presidenta
del Parlamento
andaluz es el mayor
orgullo y honor que
voy a tener en toda
mi vida" P12



Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

FEBRERO MMXXII | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES



Juanma Moreno: "Esta comunidad ha pasado de ser un infierno fiscal a estar entre las cinco comunidades autónomas con menos impuestos" P2

ENTREVISTA.
PRESIDENTE DE LA
JUNTA DE ANDALUCÍA

Javier González de Lara: "No hay nada más progresista que crear empleo"

 P5

NUEVA ECONOMÍA

Pedro Jiménez.
Abogado. Socio de
Vrivm Legal SLP
Las necesidades de las
empresas andaluzas y la
sociedad civil P16



Montse Godoy. CEO
MG Talent
La casa del desierto,
escuchar el silencio P17



Manuel Parejo.
Doctor en Economía con
Mención Industrial
La agonía de la industria
ante los elevados costes
eléctricos P19



Jorge Alonso. CIO
de Velorcios Group
De la Transformación
a la Aceleración Digital P20



Antonio Rivero.
Periodista. Director de
Grayling en Andalucía.
Apuesten por la tierra P21



ENTREVISTA.
PRESIDENTE DE LA CEA



Los empresarios señalan a la productividad como la clave para la competitividad P27

Jóvenes emprendedores andaluces P46

Las ganadoras de la VI Edición de Emprende Lunares presentan sus colecciones en Fundación Cajazol P54

ENTREVISTA

JUANMA MORENO
PRESIDENTE DE LA JUNTA
DE ANDALUCÍA



Juanma Moreno: “Esta comunidad ha pasado de ser un infierno fiscal a estar entre las cinco comunidades autónomas con menos impuestos”

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Este es el primer número en papel de Tribuna de Andalucía, que nace con la vocación de mostrar el tejido económico y empresarial de esta comunidad que usted preside. A su juicio ¿en qué punto se encuentra ahora mismo la economía andaluza?

En primer lugar quiero dar la enhorabuena al Tribuna de Andalucía que está iniciando su camino que estoy seguro estará lleno de éxitos. Siempre es una buena noticia el nacimiento de un medios de comunicación y en este caso es para mi un motivo de satisfacción el hecho de que sea eminentemente andaluz. Respecto a la pregunta que me formula, el Gobierno del Cambio ha puesto en marcha

una agenda reformista que ya está dando sus frutos. No lo decimos nosotros, lo dicen los datos y es que esta comunidad, según los últimos la EPA, no sólo ha liderado en España el aumento del empleo en 2021, sino también la creación de empleo y la bajada de paro en el último trimestre. A ello se suma que el PIB andaluz ha subido un 6,1% en el cuatro trimestre, situándose nueve décimas por encima de la media española, que Andalucía es líder en número de autónomos y la tercera comunidad que más aumenta su afiliación a la Seguridad Social.

Son datos que apuntan al optimismo, pero no nos conformamos y queremos ir a más. Queremos que Andalucía sea una verdadera locomotora económica y social y trabajare-

mos sin descanso para conseguirlo. Esta comunidad cuenta con un enorme potencial y por eso queremos que ocupe el lugar que le corresponde y que los andaluces se merecen.

Andalucía ha tenido que cargar durante parte de su historia con estereotipos muy marcados que han afectado negativamente por ejemplo a la inversión exterior, nacional e internacional. ¿Eso ha cambiado?

Afortunadamente, lo ha hecho. Estas reformas que hemos emprendido han sido, sin duda, un acicate y un estímulo para que muchas empresas se hayan animado y hayan decidido invertir en Andalucía. Hemos adoptado medidas removiendo los obstáculos que hasta ahora frenaban el empuje de empresa-

rios, emprendedores y autónomos y dándoles facilidades para que elijan esta comunidad para invertir y establecer sus negocios.

Ahora Andalucía es sinónimo de estabilidad, de confianza, de gestión, de eficacia, de eficiencia, de transparencia... y todo ello ha hecho que algunas empresas que tenían dudas en invertir y asentar sus sedes aquí lo estén haciendo. Son muchos los ejemplos a destacar como es el caso de Vodafone, Google, Cepsa, Heineken, Iberdrola...

Además, estamos impulsando una transformación digital de Andalucía, sin precedentes, atrayendo inversiones punteras.

Fueron muchas las empresas que con gobiernos anteriores tuvieron que huir por presiones administrativas, por la elevada presión



fiscal o por la burocracia existente, pero este Gobierno está dando pasos de gigante para cambiar la inercia que colapsaba la economía.

Andalucía está rompiendo estereotipos en esta Legislatura.

¿Es realmente Andalucía la comunidad de España dónde menos impuestos se pagan actualmente?

En Andalucía hemos bajado los impuestos en 2019, en 2020, en 2021 y ya hemos empezado el año haciéndolo de nuevo. Esta comunidad ha pasado de ser un infierno fiscal a estar entre las cinco comunidades autónomas con menos impuestos, algo que claramente se traduce en bienestar, progreso y empleo. La bajada de impuestos es una señal de identidad del cambio político en Andalucía.

No nos cabe duda de que, si dejamos el dinero en el bolsillo de los ciudadanos, incentivaremos el consumo y reactivaremos la economía. De hecho, en Andalucía se han bajado los impuestos y aun así se ha producido un aumento de los ingresos.

El impacto positivo de la reforma fiscal sobre los ingresos Andalucía contabiliza más de 280.000 nuevos contribuyentes en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) en el conjunto de los ejercicios 2019 y 2020, periodo en el que se ha incrementado la recaudación en este impuesto en más de 850 millones de euros. Por lo tanto, se puede crecer económicamente sin tener la necesidad de subir los impuestos a los ciudadanos y a las empresas.

La última bajada masiva de impuestos que entró en vigor el pasado 1 de enero incluye, entre otras mejoras, la bajada y bonificación de todas las herencias y la reducción de los impuestos que gravan la compraventa de viviendas. Tenemos dos objetivos claros: impulsar y reactivar el empleo y aliviar a los ciudadanos la carga fiscal en el acceso a la vivienda propiciando el consumo interno.

La simplificación administrativa parece ser uno de los puntos clave de su mandato. ¿Qué se encontró al llegar para que haya decidido volcar tanto esfuerzo en este asunto?

En el Gobierno andaluz nos marcamos desde un principio como prioridad acabar con la yincana interminable que tenía que soportar tanto el tejido productivo andaluz como los inversores que eran reacios a poner su foco en esta comunidad.

Teníamos claro que era esencial dar un impulso definitivo para acabar con las duplicidades y las trabas administrativas innecesarias que durante años han frenado inversiones, proyectos, riqueza y empleo.

No se trata de ponerle dificultades y complicaciones a las empresas, a los emprendedores ni a los ciudadanos, sino todo lo contrario, de facilitarles cualquier gestión o trámite que tengan que realizar lo máximo posible.

El Decreto-ley por el que se adoptan medidas de simplificación administrativa y mejora de la calidad regulatoria para la actividad económica supone un nuevo plan de reducción de trabas que hace que Andalucía sea la comunidad autónoma en España con menos burocracia para impulsar la economía,

“En el Gobierno andaluz nos marcamos desde un principio como prioridad acabar con la yincana interminable que tenía que soportar tanto el tejido productivo andaluz como los inversores que eran reacios a poner su foco en esta comunidad”

sin perder en ningún momento la seguridad jurídica.

Este modifica 300 procedimientos administrativos que afectan a 80 normativas de todas las políticas públicas y el objetivo no es otro que convertir a Andalucía en la mejor opción de este país para invertir, abrir una

empresa y crear un proyecto de futuro.

Las normas que se agilizan y descargan de trámites afectarán a distintos aspectos como la vivienda protegida, el desarrollo urbanístico, el sector agroalimentario, las grandes superficies comerciales o el turismo, entre otros.

En definitiva, una transformación para reducir trabas administrativas innecesarias y dar un impulso a la dinamización empresarial y a la reactivación económica que tanta falta hace tras la pandemia de la Covid-19.

Le ha tocado ser el presidente en medio de una pandemia. ¿No cree realmente que ha tenido muy mala suerte?

Nunca me hubiera imaginado que como presidente de la Junta de Andalucía iba a tener que enfrentarme a una pandemia de estas características.

Pero no he perdido ni un solo minuto en lamentaciones. Las cosas vienen como vienen, se aceptan y se trabaja por intentar hacerlo lo mejor posible. Y así lo hemos hecho durante estos dos años de pandemia. No ha sido una Legislatura fácil, desde luego.

La pandemia de la Covid-19 nos ha puesto nuestro día a día del revés. Teníamos muchos planes que se han tenido que ver paralizados porque lo importante y lo que estaba por encima de todo era salvar vidas humanas. Aun así, son muchas personas las que han perdido a sus familiares, amigos, compañeros... y ello ha supuesto un daño irreparable.

Cada decisión que hemos tomado lo hemos hecho pensando siempre en cuidar y preservar la vida de los andaluces, pero era importante hacerlo estableciendo un fino equilibrio e intentando salvar la economía.

El Gobierno andaluz lo ha dado todo en estos meses para hacer frente a la pandemia, hemos trabajado sin descanso y seguimos haciéndolo para que Andalucía logre la recuperación y la reactivación económica y social que tanto necesita tras las consecuencias que



ha ocasionado la Covid-19.

Ahora que estamos saliendo de la tercera ola podemos mirar al futuro con optimismo. Las vacunas han jugado un papel clave para poder frenar esta pandemia, pero debemos seguir siendo prudentes porque el virus sigue entre nosotros.

Dígame, ¿qué le hubiera gustado hacer en esta legislatura que ya sabe que no va a poder hacerlo?

Como le decía, la pandemia ha trastocado en parte los planes que teníamos previstos para esta Legislatura, pero aun así no hemos parado de poner en marcha iniciativas y proyectos en nuestra comunidad autónoma. Todo el Gobierno andaluz ha hecho un trabajo titánico y ha dado lo mejor de sí mismo, duplicando esfuerzos, para que esta comunidad siguiera avanzando y no quedara paralizada. Y lo hemos conseguido.

Creo que debemos aprovechar las oportunidades que incluso situaciones difíciles

como la pandemia nos ofrecen.

Me hubiera gustado haber podido aprobar los presupuestos para el 2022 porque eran unas cuentas decisivas para afrontar la reactivación económica y, además supondría una inyección de más de 1.000 millones de euros para la Sanidad Pública y eso se traduce en una mejor atención sanitaria para todos los andaluces. He echado de menos altura de miras y que la oposición no haya arrimado el hombro en este asunto en un momento trascendental como éste.

“Nunca me hubiera imaginado que como presidente de la Junta de Andalucía iba a tener que enfrentarme a una pandemia de estas características. Pero no he perdido ni un solo minuto en lamentaciones”

Aun así, nos queda mucho por hacer. Tenemos la ilusión, las ganas, los proyectos y las ideas para hacer que Andalucía siga recorriendo el camino correcto.

Y de lo que ha hecho ¿de qué se siente más orgulloso?

De los andaluces y de cómo han respondido ante la pandemia, de su coraje, confianza y ambición por salir adelante juntos. Pero si hablamos de las medidas del Gobierno andaluz son muchas las iniciativas importantes a las que le hemos dado luz verde en lo que llevamos de Legislatura. Pero quizás si tuviera que enumerar alguna de ellas, una, sin duda, sería la simplificación administrativa a la que me he referido antes y otra la bajada de impuestos.

Esta última fue una promesa en campaña electoral y un cumplimiento

estando al frente del Gobierno andaluz. Una bajada que contribuye a hacer una Andalucía más justa y favorece que ésta sea una comunidad más atractiva para la inversión. Una bajada que favorece a los andaluces que más lo necesitan, a los más vulnerables y a las clases medias.

Pero quiero detenerme también en algo que considero importante y es el cambio de imagen que ha dado Andalucía. Esta comunidad durante muchos años ha estado asociada lamentablemente a casos de corrupción que no han hecho otra cosa que dañar la marca Andalucía, algo que ha cambiado con el actual Gobierno.

Ahora cuando hablamos de Andalucía hablamos de gestión, de bajada de impuestos, de medidas de reactivación, de apuesta por la Sanidad, por la Educación y por las Políticas Sociales, hablamos de datos económicos positivos, de creación de empleo, de progreso, de futuro....

La regeneración, la transparencia y la racionalización son pilares esenciales que rigen la gestión de este Gobierno y ello queda demostrado en la puesta en marcha de medidas como la Ley contra el fraude y la corrupción, la Oficina contra el fraude y la denuncia, el desarrollo de la Ley de Transparencia, el visor de presupuestos, el buscador de ofertas públicas de empleo, el Código del Buen Gobierno o la Ley de Evaluación de Políticas Públicas.

Tampoco quiero pasar por alto la Ley de Impulso para la Sostenibilidad del Territorio de Andalucía (LISTA) que es palanca de cambio para Andalucía, ya que acelerará los mecanismos para la recuperación económica y la generación de empleo. La LISTA hará de nuestra tierra un espacio más próspero y respetuoso con el medio ambiente y va a permitir el desarrollo de proyectos que darán lugar a más oportunidades para la economía y el empleo en los municipios andaluces.

No le voy a preguntar por la fecha de las elecciones porque se lo preguntan todos los días. Pero dígame, siendo realista, ¿qué escenario es el que más le gusta para la convocatoria electoral y en cuanto al resultado de la misma.

Mi intención como ya en dicho en muchas ocasiones es agotar la Legislatura. Creo que estamos en un momento importante. Todo apunta a que estamos dejando atrás la pandemia y debemos aunar nuestros esfuerzos en trabajar todos a una por conseguir reactivar económica y socialmente nuestra comunidad.

Hay partidos que sólo piensan en clave interna y que miran únicamente por sus intereses electoralistas. Yo estoy centrado en Andalucía y en los andaluces y tomaré siempre una decisión pensando en ellos por encima de cualquier cosa, por encima de siglas o de intereses personales.

Pero soy realista y si la oposición comienza a bloquear las iniciativas y no deja que salgan adelante los proyectos que son importantes para esta comunidad me veré obligado a convocar elecciones.

No podemos estar con un Parlamento que lejos de buscar soluciones a los problemas está obsesionado con las elecciones y todo el día con la calculadora electoral en la mano. Si el Parlamento se convierte en un elemento de hostilidad me veré obligado a convocarlas.

En cuanto al resultado, no tengo otra idea en la que cabeza que no sea la de aspirar a tener una mayoría suficiente que me permita gobernar en solitario.



Javier González de Lara: “No hay nada más progresista que crear empleo”

ENTREVISTA

JAVIER GONZÁLEZ DE LARA
PRESIDENTE DE LA CEA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Empieza un año 2022 del que todos esperamos que sea el año de la recuperación o, al menos, tratamos y esperamos que sea así. Desde la CEA, ¿qué balance hacen del cierre de 2021? ¿Y qué perspectivas se guardan para este 2022?

Es una muy buena cuestión, porque te podría decir que la pandemia COVID todavía no podemos darla por concluida pues, de alguna forma, estamos todavía sometidos a esos dientes de sierra de tantas oleadas con efectos adversos. Diría que es una pandemia que, más allá del ámbito de la salud, la podríamos definir como un acelerador de procesos, una pandemia sin precedentes que nos ha sacudido a todos, que ha cambiado nuestros hábitos de consumo, nuestra forma de trabajar... El cambio ha sido brutal, no solo para las empresas, sino para el trabajador y las familias, a nivel internacional.

Eso nos ha ubicado a marcha forzada en un entorno muy complejo y exigente donde vivimos un tiempo de tremenda incertidumbre donde, en el ámbito empresarial estamos teniendo que asumir enormes retos transformadores de la economía, como la sostenibilidad, la digitalización, el teletrabajo... pero, por otra parte, estamos queriendo recuperar la productividad y el curso empresarial, porque la pandemia no ha concluido.

Por lo tanto, se dan una serie de factores que nos generan incertidumbre en un horizonte muy cercano ante el encarecimiento de las materias primas, el coste de los combustibles y algo importantísimo: una inflación que se está convirtiendo en un serio problema para la competitividad de nuestras empresas, una inflación que ha terminado en diciembre con unas cifras muy elevadas, en torno al 6,5% interanual aproximadamente.

Todo ello nos hace ver a 2022 como el año de la recuperación pero, por contra, hay que despejar muchísimas incertidumbres que se generan de todos estos aspectos que nos derivan de estos años de pandemia tan difíciles.

Además, sabemos que la administración en estos 2 años se ha intentado posicionar del lado de los trabajadores y empresarios, pero no hay que olvidar el tremendo esfuerzo que han hecho



Cumbre del Comercio de CEOE en Sevilla. Otoño 2021.

todos los empresarios de todas las comunidades autónomas y, más concretamente, de Andalucía. Se ha hecho un esfuerzo nunca antes visto por parte de los empresarios para mantener el empleo y por no echar el cierre a las empresas, ¿verdad?

Totalmente. Se ha demostrado que hay una vocación de resistencia enorme por parte de las empresas, a pesar de tantísimas dificultades. Hemos perdido un volumen relevante de empresas en Andalucía, cerca de 20.000.

“Se ha demostrado que hay una vocación de resistencia enorme por parte de las empresas, a pesar de tantísimas dificultades”

Si hay un hecho innegable, es la capacidad de resistencia del tejido productivo andaluz, la cual ha sido tremenda porque hemos sido capaces de recomponer nuestra maltrecha economía, convirtiéndonos en la principal comunidad autónoma en volumen de autónomos, más de 564.000, por encima incluso de Cataluña.

En el mismo sentido, un tema que era una asignatura perdida en Andalucía y que la pandemia ha venido a obligarnos a desarrollar, es la conquista de la internacionalización de los mercados exteriores donde ya Andalucía, con una facturación de más de 33.000 millones de euros, se ha convertido en la segunda comunidad en volumen total de exportaciones de España, solo por detrás de Cataluña y por delante de Madrid. Eso le aseguro que era impensable.

Por lo tanto, hay a quien le gusta hablar de resiliencia, pero a mí me gusta hablar de capacidad de resistencia. Los términos tan políticos no coinciden siempre con los empresariales, la capacidad de superar las adversidades es digna de reconocimiento para tantos autónomos, PYMES y demás empresas, no solo en Andalucía, sino en toda España, lo que es un orgullo para consolidar la provisión de los servicios públicos.

Dicha provisión no solo lo lleva a cabo el sector público, lo hacen también las empresas que hemos aportado servicios de ca-

rácter público como puede ser la sanidad, la educación, la telefonía, hasta los servicios financieros; todo eso lo ha hecho el sector privado y hay que reconocerlo después de dos larguísimos años de pandemia. Creo que ha habido una complementariedad importantísima que a veces cuesta reconocer.

Se abre ahora una nueva esperanza con la llegada de los fondos europeos, los fondos Next Generation vienen como agua de mayo. Sin embargo, los empresarios aquí son prudentes y piden a la administración que esté a la altura porque recordemos que va a hacer falta un toque de calidad para poder gestionar estos fondos. ¿Están ustedes tranquilos respecto a este tema? ¿Creen que la administración logrará hacer una buena gestión de estos fondos que son absolutamente necesarios dadas las circunstancias y el contexto que estamos viviendo?

Creo que hemos cerrado, y lamento decirlo, el 2021 con los fondos europeos convertidos en una gran incógnita, tenemos más de incógnita que certeza, por tanto, yo abogo por adoptar una estrategia global común sobre la gestión de los fondos europeos en la que las administraciones se coordinen entre sí porque, a día de hoy, no existe esa coordinación. Hay un modelo que es el Gobierno Central, que es el que va a tener la provisión de esos fondos y, luego, las Comunidades Autónomas que están un poco a la expectativa y con cierta tensión política e institucional respecto a la distribución de los mismos.

Abogo por un ejercicio de integración de una estrategia global común dentro del diálogo social con empresarios y sindicatos para hacer un diagnóstico adecuado, una identificación de los fondos, una evaluación por renta de los mismos, es decir, que la colaboración público-privada sea inteligente. Lo que nos pide Europa es un consenso, colaboración público-privada y que podamos identificar los proyectos tractores, los sectores estratégicos que deben recibir esas ayudas de forma prioritaria. Yo creo que ese será el gran éxito de todo pero, hoy por hoy, está muy en el aire esa estrategia.

En Andalucía hemos conseguido consensuar con la Junta una mesa específica de gestión de fondos europeos dentro del diálogo social. Te hago una reflexión que creo que es relevante en este punto, los fondos europeos no son fondos de convergencia, son fondos transformadores, vienen a poner los cimientos de una nueva economía después de la pandemia. Por lo tanto, creo que afrontamos un desafío sin precedentes.

En Andalucía vamos a tener, con toda la gestión de fondos, cerca de 22.000 millones de euros, estamos hablando de ayudas históricas para un momento histórico y la clave capital es la gestión. Necesitamos que la administración esté a la altura. Solo en 2021 se publicaron en España convocatorias de licitaciones por un valor aproximado a 10.000 millones de euros y, sin embargo, de esos 10.000 millones de los que te hablo, el desembolso real solo llegó, por datos de CEOE, a 104 millones, por lo tanto, tenemos un problema muy serio. La gestión ineficiente de los fondos y el retraso de las convocatorias está haciendo que las ayudas lleguen tarde y mal.

Esto también va unido a que la administración tiene que terminar de



Encuentro Junta y agentes sociales en San Telmo. Enero, 2022. Foto Junta de Andalucía.



Entrega Premios FAME, Mujeres Empresarias. Otoño, 2021.

transformarse, es cierto que parece que este gobierno ha hecho lo que ha podido de cara a que todos esos cambios normativos que se han tenido que hacer durante el 2021 sean efectivos y plenamente instaurados en este 2022, pero esto no viene sino a confirmar que necesitamos una administración más ágil para todos.

No puedo estar más de acuerdo contigo. Entre los elementos destacados del año 2021 en Andalucía, te diría que ha sido un año de enorme incertidumbre que ha estado marcado positivamente por los avances en el ámbito normativo y por las incógnitas de los fondos europeos. Por tanto, nosotros sí valoramos muchísimo, no solo la capacidad de resistencia del tejido empresarial, el auge del emprendimiento, sino el haber conseguido la simplificación administrativa y que se hayan aprobado normativas, como es el Decreto Ley de simplificación administrativa que nos permite desde un marco normativo favorable que las em-

presas salgan de tanta burocratización, lo cual ha sido fruto del diálogo constante con el ejecutivo andaluz. El problema es que tenemos una administración hipertrofiada en todos los ámbitos y con poco sentido común, donde no hay un criterio de evaluación del mérito y de la gestión.

En este tiempo de transformación de la economía, en este tiempo en el que el modelo económico tenemos que hacerlo más productivo, la administración tiene que estar a la altura transformándose y esa reforma sigue pendiente, la administración pública sigue pendiente de asumir su relevancia en ser más eficaz y lo vamos a ver con la capacidad que tengan de gestión de los fondos europeos. O se cambian los procedimientos, los protocolos y los criterios de productividad dentro de la administración o va a ser una oportunidad perdida. Sería terrible que en el año 2026, que acaba el periodo de los fondos europeos, hubiera que devolver dinero.

No se trata tanto de cambiar nuestro

modelo productivo, sino de hacer nuestro modelo más productivo.

Hay un sector de la población que siempre suele tener problemas: los jóvenes. Ustedes abogan por un pacto por el empleo juvenil. ¿Qué propone la CEA?

Nosotros tenemos una preocupación enorme por el principal problema del ciudadano en general. Si obviamos la pandemia, el principal problema de los ciudadanos es el empleo y eso se agrava en la juventud. Tenemos una tasa de desempleo en Andalucía que está rozando el 40% y, en España, está cerca del 30%, un problema serio.

Tenemos que darle una alternativa, un futuro a los jóvenes, tenemos que hacerles ver que pueden crear sus propios negocios, darles herramientas, darles posibilidad de entrar en el mercado laboral porque, hoy por hoy, hay enormes dificultades y si además añadimos la pandemia, encontramos a jóvenes que están muy cualificados y se encuentran con enormes dificultades

de acceder a una primera oportunidad para tener empleo. Haría falta un pacto nacional en materia de desempleo juvenil, pero las voces van por otra dirección.

No se ve un gran interés en hablar de este tema y considero que es una de las asignaturas pendientes que tiene nuestro país, un gran pacto que mejore la productividad y un gran pacto que mejore el empleo juvenil, porque es la mejor manera de garantizar que el día de mañana tus jóvenes mejoren el suelo de las bases imponibles para cotizar y para sostener el modelo de pensiones, la economía y, sobretodo, para que su talento sea aprovechado por las empresas y la sociedad.

La CEA abre una nueva etapa a partir del próximo 9 de marzo, donde usted vuelve a tener un respaldo total y absoluto y encajaría su tercer mandato. Me imagino, Javier, que para usted será un motivo de orgullo y una muestra de que se lucha por los empresarios y empresarias de Andalucía.

Sí, la verdad es que me siento muy satisfecho. Estamos ahora en periodo de presentación de candidaturas, y lo digo siempre con humildad, pero qué duda cabe de mi gratitud a los órganos de gobierno de



Intentamos seguir avanzando en ese proceso de modernización de CEA, que está marcado por la transparencia, la eficacia en la gestión, la participación y por la interlocución que tenemos con las administraciones públicas para, en definitiva, ser más eficientes en la sociedad

CEA por respaldar de manera unánime mi candidatura. Hablamos de más de 180.000 afiliados que tenemos en la organización, lo que significa una responsabilidad importante, un compromiso y mucha ilusión, porque lo que intentamos es seguir avan-

zando en ese proceso de modernización de CEA que está marcado por la transparencia, la eficacia en la gestión, la participación, el ser útiles y la interlocución que tenemos con las administraciones públicas para, en definitiva, ser más eficientes en la sociedad.

Yo estoy muy agradecido por la confianza e intentaremos ponerle toda la ilusión.

Si todo va como tiene que ir, ¿cuáles van a ser las líneas de trabajo para este próximo mandato?

Yo creo que, ante todo, seguir modernizando la organización, seguir incidiendo en la transparencia de la gestión y en su propia eficiencia, su vocación de servicio y en estar a la altura de la exigencia de nuestras empresas en los procesos de digitalización, sostenibilidad, de todo lo que significan las necesidades que nuestras empresas van a requerir en materia de proyectos de fondos europeos, simplificación administrativa...

CEA tiene que estar de lado de esas empresas para ayudarlas, para acompañarlas, que sientan que estamos muy próximos para gestionar sus problemas y que, sobre todo, ante la administración seamos buenos portavoces y eficientes para transmitir cuáles son las demandas empresariales,

porque las demandas empresariales no son demandas caprichosas, son demandas de quienes crean empleo y riqueza, porque no hay nada más progresista que crear empleo.

Si hay alguien que representa el progresismo en este país son los empresarios y empresarias.

Ya estamos en febrero de 2022, además con una reforma laboral recién aprobada, ¿cuáles son esos objetivos que la CEA y usted como presidente consideran que son vitales alcanzar durante este 2022 en Andalucía?

Yo creo que los objetivos vitales son conseguir que nuestras empresas vuelvan a recuperar impulso y normalidad, pues recordemos que muchas actividades fueron declaradas como no esenciales y tuvieron que cerrar sus puertas. Que todos los sectores vuelvan a recuperar su impulso es una prioridad, que puedan a volver a facturar con normalidad, que tengamos una primavera esperanzadora que sea la antesala de un buen verano.

Ese es el primer objetivo, conseguir gestionar bien las empresas y, segundo, que las empresas vuelvan a recuperar la confianza para superar tanta incertidumbre que tenemos a nivel internacional.



Atención a medios en la sede de CEA.

Javier González de Lara y Sarria

Javier González de Lara y Sarria nace en Málaga en el año 1963. Es licenciado en Derecho y máster en Mediación y Resolución Extrajudicial de Conflictos, abogado en ejercicio y empresario del sector financiero, turístico y cultural. En su juventud estuvo al frente del negocio familiar dedicado a la actividad comercial.

Desde enero de 2014 es presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), la principal organización empresarial de la región con implantación en todos los territorios y sectores productivos. Integrada por más de setecientas cincuenta asociaciones empresariales de toda la Comunidad Autónoma, CEA representa en torno a 200.000 grandes empresas, pymes y autónomos.

González de Lara es también presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) y de la Fundación CEM, Cultura, Economía y Medio Ambiente. A su vez, es vicepresidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE).

En 2006 le fue otorgada la Medalla de Oro del Consejo Andaluz de Relaciones Laborales (CARL) por su dilatada trayectoria en el ámbito de las relaciones laborales y por su contribución al Diálogo Social en la provincia de Málaga. Es Medalla de Honor del Colegio de Abogados de Málaga,

distinción recibida en 2018, y recientemente ha sido designado como Embajador de la Marca Ejército Español.

Asimismo, preside la Sociedad de Garantía Recíproca GARANTIA, útil herramienta de apoyo a la financiación de pymes y autónomos en Andalucía. Esta SGR cuenta con un volumen de operaciones anual superior a los 220 millones de euros.

Miembro de los Consejos de Administración de varias e importantes compañías andaluzas y nacionales. Es vicepresidente del Consejo de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) de la Zona Sur y patrono de la Fundación Santa María de la Victoria. Es también presidente del Consejo de Administración de la empresa Málaga-Visión, S.L., dedicada a la promoción de servicios turísticos-culturales y a proyectos inmobiliarios, entre otras actividades.

Además de su dedicación al mundo empresarial, también cultiva su faceta artística de pintor marinista y paisajista de litoral. En este ámbito ha participado en numerosas exposiciones individuales y colectivas en Málaga, Madrid, Barcelona, Sevilla y San Sebastián, entre otras ciudades españolas. Ha expuesto su obra en Gante (Bélgica), Viña del Mar y Santiago (Chile), Cali, Bogotá (Colombia), y Guatemala. Además, su obra forma parte de importantes colecciones públicas y privadas.

Una reforma contra los autónomos



OPINIÓN

LORENZO AMOR
PRESIDENTE DE LA
FEDERACIÓN NACIONAL
DE ASOCIACIONES
DE TRABAJADORES
AUTÓNOMOS, ATA

 Lorenzo Jesús Amor

 @lorenzoamor_ata

Bienvenidos emprendedores. Es lo que sois los que habéis apostado por este proyecto periodístico y empresarial. La Tribuna de Andalucía estoy seguro de que con tesón, con análisis, con esfuerzo, con perseverancia y con algún que otro disgusto... pero que triunfaréis. Y lo sé porque ese es el espíritu de los autónomos, así es como nacieron los proyectos de los más de medio millón de autónomos que hoy por hoy desarrollan su actividad en esta tierra. Andalucía es tierra de emprendedores, tierra de Autónomos.

Sacar a delante un negocio en este país no es una tarea banal y falta de complicación. Muy al contrario. El autónomo se juega día a día su sustento y su patrimonio.

Y el de su familia. Y en muchas ocasiones da trabajo, uno de cada tres autónomos tiene de uno a cinco trabajadores. Estamos hablando del 90% del tejido productivo español y andaluz, estamos hablando de aportar el 20% del PIB a este país, estamos hablando de un tercio de los cotizantes a la seguridad social.

Pero es más. Los autónomos somos ese colectivo que da un trato cercano, un servicio sincero y exclusivo en todos y cada uno de los pequeños municipios en Andalucía. Somos esa persona implicada que está tras el mostrador de su farmacia de confianza, panadería, quiosco, al volante del taxi... nuestras manos mantienen las tradiciones y crean las novedades, somos los guías que enseñan los monumentos, sanitarios que cuidan de nuestros mayores, las escuelas que cuidan a nuestros niños, los bares de los recuentros... Sin autónomos, Andalucía no sería la rica comunidad que es.

Y por eso cuesta tanto entender que cada día leamos en la prensa, ese complicado mundo en el que acabáis de entrar, nuevas alocadas propuestas que añaden trabas, pagos, gastos o incertidumbre al día a día de los autónomos.

Una cosa está clara: no es el momento de subir las cotizaciones a los autónomos. No es que lo diga yo, es que es un clamor, sólo hay que querer escuchar la opinión de la economía real, salir un poco a la calle. Hay muchísimo revuelo con la propuesta que el Ministerio de Seguridad ha hecho de reforma del RETA en el que se plantean tramos de cotización y cotizaciones a razón de los "ingresos reales". Vamos a intentar ser muy didácticos para explicar que esta propuesta no es coherente, pero también quiero em-

pezar diciendo que no es ni mucho menos definitiva.

La propuesta, muy importante este detalle, es una propuesta no nada definitiva, insisto, del Ministerio de Seguridad Social tiene varias lagunas:

- agencia Tributaria aún no sabe los rendimientos de los autónomos, esa cifra que queda tras pagar impuestos, seguridad social, deducirse gastos... Los hemos exigido para poder rehacer las tablas que se han visto en prensa y tener unas coherentes con la realidad.

- los gastos deducibles no son los mismos para todas las actividades, hay muchos que no pueden deducirse gastos que otros sí, y sin embargo son gastos afectos a la actividad.

Pongamos un ejemplo: un fotógrafo. El que tiene estudio se deduce el local, la luz... Pero el que hace bodas no se puede desgravar el combustible, los alojamientos, las comidas, el coche, ni la luz porque es de su casa. En todos los casos son gastos afectos a la actividad pero no se reconocen como tal. En este caso, con la propuesta que se nos presenta, la cotización se haría a razón de la capacidad de deducción de un autónomo, no de sus ingresos reales.

- las subidas propuestas para dos de cada tres autónomos son hasta del 20% para el año que viene. Sin embargo, la propuesta marca una bajada del 4% a los que menos facturan.

- no han explicado qué prestaciones van a tener a los que cotizan por bases de 600€. Si se asegura que la pretensión es arreglar que la pensión de los autónomos sea igual que la cuenta ajena (ahora mismo la media

es un 40% más baja) es porque los autónomos cotizan un 40% de media menos. ¿Qué va a quedar con 600€?

Por esto, y por otras muchas cosas, lo que habría que arreglar según ATA y que haría innecesaria la propuesta del ministro es:

- bajar las cotizaciones a los que ganan menos del SMI.

- Que se 'destope' la base máxima para los mayores de 47 años, para que puedan elegir cotizar más si quieren, porque ahora está topada en 2.000 euros. Aquellos ganan más y quieren cotizar más, que puedan hacerlo. Muchos de los autónomos cuando llegan a cierta edad no saben que subiéndose esa base mínima, pueden optar después a una pensión mayor. Si esto se explica bien, seguramente muchos de ellos se lo suban.

- Que dejen deducirse los gastos de cotización a los autónomos societarios. Llevará al 66% a cambiar una base superior.

- Que se equipare en los próximos cinco años la base mínima al SMI. Y en la misma proporción que suba para el autónomo societario.

Con estas premisas nos reafirmamos que el sistema presentado de cuotas según "ingresos reales" es meramente recaudatorio. Es una reforma contra los autónomos. Y como hemos demostrado, recaudar, se puede hacer, pero vamos a hacerlo de forma coherente. Con las propuestas de ATA que acabo de exponer se conseguirían 1.000 millones de euros más que con la propuesta del ministro Escrivá.

Y como han avalado muchos sectores ya este incremento de cuotas llevaría a muchos autónomos a una situación muy complicada, máxime en estos momentos en los que, debido a la pandemia, muchas medianas y pequeñas empresas están al límite. No se nos debe escapar que es un colectivo muy heterogéneo, pero tienen una cosa en común, que el autónomo es el eslabón más débil de la cadena. Un tercio de los autónomos ya tiene su actividad a pleno rendimiento. Es un alivio. Otro tercio está más o menos empezando a notar la normalidad ahora, pero uno de cada tres autónomos, estamos hablando de más de 150.000 personas en Andalucía no facturarán las mismas cantidades que tenían en 2019, hasta muy entrado el año 2023. Los ERTES, los ICO o la Prestación por Cese de Actividad extraordinaria han sido herramientas muy importantes para salvar empresas y trabajadores en pandemia, pero no estamos recuperados del todo, ni mucho menos.

No podemos olvidar que los costes energéticos han aumentado hasta un 40% en los últimos meses, que incrementa a su vez el precio de las materias primas, los portes, etc. Este aumento de gastos se suma a la baja facturación y nos deja en la cuerda floja. En corto y medio plazo de deben priorizar unas medidas para paliar esta situación y no lo son precisamente subidas de cotizaciones.

Lo importante es que se potencie la prestación de ayudas e incentivos para levantar los negocios. Desde ATA animamos a Junta y a todas las administraciones a poner en marcha todos los mecanismos necesarios para que podamos remontar. Un autónomo solvente es una economía fuerte y una región que crece.

Acabo deseándoos, en mi nombre y en el de ATA que tengáis esa pizca de suerte que a veces marca la diferencia y este proyecto que ahora se inicia pronto se consolide.

Un año económico que invita al optimismo

OPINIÓN

ANTONIO PULIDO GUTIÉRREZ
PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN CAJASOL

in Antonio Pulido Gutiérrez

Las alentadoras cifras con las que hemos cerrado el pasado año en términos de empleo y de crecimiento económico nos invitan al optimismo y a proyectar un 2022 en el que ya debemos recuperarnos plenamente del impacto de la pandemia. Aunque esta crisis nos ha enseñado a manejarnos con la incertidumbre y con escenarios que pueden cambiar de un día para el otro por la imprevisible evolución del virus, hay en estos momentos razones solventes para esperar un horizonte más despejado.

Las mejores perspectivas pueden concretarse a partir de la primavera, cuando la crisis de costes derivada de los altos precios energéticos debe quedar controlada o al menos suavizada, salvo que la reciente crisis con Rusia nos depare alguna sorpresa de última hora.

En el caso de Andalucía, nuestra comunidad está experimentando un mayor dinamismo y una mayor tasa de recuperación que la media nacional. En el caso andaluz, estamos ya a sólo tres puntos de los niveles prepandemia frente a los cuatro puntos de nuestro país. Un momento de expansión, con un ritmo de crecimiento superior al 2% trimestral, que hay que apuntalar aprovechando los potenciales de nuestros sectores más estratégicos en el marco del nuevo modelo económico que se abre paso en toda Europa.

Los fondos de reconstrucción de la UE promueven una ambiciosa apuesta horizontal por la tecnología y por la sostenibilidad en la que Andalucía tiene mucho que decir y que puede revolucionar todos los pilares de nuestra economía, desde el sector agroalimentario hasta la industria o

los servicios, incluidos por supuesto nuestra industria cultural y el turismo. Pero tenemos que jugar muy bien nuestras cartas y sumar todos los esfuerzos.

No es la primera vez que tenemos la oportunidad histórica de dar un gran salto

adelante y además neutralizar los efectos de la pandemia, pero seguramente es la ocasión que más nos jugamos. Como presidente de la Asociación de Fundaciones Andaluzas (AFA), vengo proponiendo desde el inicio de esta crisis un nuevo modelo

más estrecho de colaboración público-privada que permita rentabilizar al máximo los recursos.

Un buen ejemplo de esta nueva política lo hemos podido visualizar hace muy pocos días en el inicio de las obras de rehabilitación de las Reales Atarazanas de Sevilla, un gran proyecto cultural que será uno de los nuevos motores económicos de la capital andaluza y que está impulsado por el sector público en cooperación con el privado, que aporta la mayor financiación. Esta iniciativa dedicada a recuperar nuestros lazos con América será gestionada por la Fundación Cajasol en cuanto a dotación de contenidos. También participan la Junta de Andalucía y la Fundación La Caixa.

El papel de nuestra entidad en las Atarazanas va a multiplicar el peso que ya tenemos en Andalucía como operador de referencia de la industria cultural, un sector que es sin duda estratégico para nuestra tierra y que debe crecer en el cambio de modelo económico. Como es conocido, nuestra acción cultural se lleva el mayor presupuesto de la Fundación, completándose nuestra labor con actividades sociales, formativas y de impulso económico.

En la actual fase de reactivación, nuestra institución ha reforzado todas las acciones para convertirnos en agentes activos de la recuperación, con especial relevancia de nuestro compromiso con la cultura y la protección de nuestro rico patrimonio en toda la comunidad. Cuando dentro de dos años eche a andar el gran complejo cultural de las Reales Atarazanas se habrá consolidado nuestro protagonismo como gestor cultural y promotor de contenidos de primer nivel. Asumimos este desafío con ilusión y con toda nuestra estructura preparada para ello.

Después de tantos meses grises, hablar de nuevos proyectos de futuro para Andalucía y ver por delante un camino más llano es todo un bálsamo y una motivación para seguir trabajando. Aunque vemos todavía tensiones sociales y políticas, hay que esperar que éstas se vayan mitigando a medida que la crisis sanitaria se mantenga controlada y el año nos depare más buenas noticias económicas, todavía mejores que las conseguidas el pasado ejercicio si se cumplen los pronósticos.

Si todos asumimos la responsabilidad que nos corresponde y somos capaces de aprovechar los cuantiosos incentivos disponibles saldremos de esta crisis reforzados y con una transformación sin precedentes de nuestro tejido productivo. Y todos deberíamos ir a una en este gran reto.



OPINIÓN

**JAVIER SÁNCHEZ
ROJAS**

PRESIDENTE DEL CONSEJO
ANDALUZ DE CÁMARAS DE
COMERCIO

 Javier Sánchez Rojas

 @jsanchezcec

Hacer más empresa para impulsar la recuperación



que su internacionalización es una de las palancas clave de la recuperación, como así se acredita en la creciente evolución de las exportaciones, un ventana de oportunidad que hay que seguir potenciando para avanzar en el desarrollo de Andalucía.

Además, hay que apelar a la unidad de acción empresarial que se ha visto reforzada en esta crisis con una comunión absoluta de todo el sector, una unión que hay que reforzar también con las administraciones para potenciar la colaboración

La creación de un nuevo medio de comunicación es siempre una gran noticia para Andalucía y refleja además la relevancia y el crecimiento de nuestra comunidad al despertar el interés de nuevos proyectos como Tribuna de Andalucía. La sociedad andaluza necesita estar bien informada y el mundo económico y empresarial exige disponer de información de calidad de todo lo que le preocupa, además de poder divulgar su actividad para proyectar sus productos y fomentar su expansión. Ante todo, mi más sincera enhorabuena por esta apuesta por Andalucía que será, sin duda, una valiosa aportación desde la comunicación al desarrollo de nuestra tierra.

Quisiera aprovechar también estas líneas para poner de relieve el gran trabajo que las Cámaras de Comercio de Andalucía venimos realizando en este complejo y difícil contexto económico surgido tras la pandemia, un panorama que ha supuesto un duro golpe con la desaparición de cerca de 20.000 empresas y el debilitamiento de muchas de ellas por la crisis sanitaria, pero al mismo tiempo esta difícil situación ha abierto un horizonte de nuevos retos y oportunidades para nuestro tejido productivo.

Las empresas se han revelado durante la pandemia como el mejor escudo social para amortiguar los graves efectos de una crisis inesperada y sin precedentes, resistiendo y

reinventándose pese a la severa merma de su actividad para seguir siendo el sostén vital para miles de empleados. Las empresas son el motor de la economía, el corazón que late y mueve Andalucía, en gran medida por el empuje de sus pequeñas y medianas empresas que configuran su tejido de forma mayoritaria y que han sabido adaptarse como auténticos héroes a estos nuevos tiempos, no sin grades sacrificios.

En la actual coyuntura los empresarios son más necesarios que nunca y también las organizaciones que les prestamos servicios como las Cámaras de Comercio, que hemos de estar a la altura para aportar valor, abordar nuevas dinámicas y solucionar los problemas a los que se enfrentan, además de acercarnos a las jóvenes generaciones y emprendedores, prestando especial atención a las nuevas fórmulas de actividad que se abren paso de forma vertiginosa. Todo ello requiere de una visión estratégica y de un conocimiento profundo de las necesidades reales de las pymes y autónomos, aspectos en los que la red cameral andaluza juega un papel fundamental por su capilaridad y capacidad de penetración en el tejido productivo.

Se hace, por tanto, imprescindible ahora una apuesta real por la empresa y acometer de manera coordinada los necesarios procesos de innovación y digitalización que los nuevos tiempos nos demandan, sin olvidarnos tampoco de su proyección exterior, ya

público-privada, fomentando alianzas y sinergias entre todos los actores económicos, institucionales y sociales que nos permitan impulsar una estrategia regional dirigida a dar respuesta a los desafíos que hemos de afrontar ante el nuevo modelo productivo de futuro impulsado por la innovación, la digitalización y la sostenibilidad. Para ello es necesario incrementar la transferencia tecnológica, el impulso digital y el avance ambiental en los procesos productivos, articulando los instrumentos adecuados de financiación para poder propulsar este salto cualitativo. Esta conjunción de esfuerzos e intereses en esa estrategia y unidad de acción compartida es la mayor garantía para avanzar con paso firme y aprovechar las oportunidades que se abren para Andalucía en el nuevo escenario poscovid.

Entre los retos apuntados, la digitalización es, sin duda, uno de los ejes cruciales para fomentar la competitividad empresarial y facilitar su crecimiento futuro. Esta necesaria transición digital se configura como el principal vector de transformación económica y social en un contexto de disrupción tecnológica permanente como el que estamos viviendo. Se trata de un proceso imparabile, imprescindible y oportuno y, por todo ello, es fundamental adoptar una política eficaz que apoye la innovación y la digitalización, asegurando su plena integración en los procesos internos de las empresas.

En esta tarea de impulso a la digitalización jugamos un papel destacado las Cámaras de Comercio, ya que trabajamos en la identificación de las áreas y líneas de actuación que impulsan estos procesos y respaldamos su desarrollo a través de numerosos programas de apoyo y formación que desarrollamos, poniendo especialmente el foco en las pymes. Además, consideramos necesario que las Administraciones activen en paralelo políticas fiscales que incentiven la inversión de las empresas en I+D con ayudas específicas a la transformación digital.

En todos estos retos dirigidos a propulsar la reactivación económica va a jugar un papel esencial la llegada de los fondos europeos 'Next Generation', unos recursos sin precedentes con más de 20.000 millones en los que las empresas deben tener un especial protagonismo para que esa recuperación sea una realidad. En este sentido, pedimos la participación del tejido empresarial, especialmente de las pymes, para llevar a buen puerto los proyectos transformadores que se van a implementar. Nos preocupa profundamente el desconocimiento reinante hasta ahora en el empresariado andaluz sobre estos fondos, hasta el 70% confiesa no tiene información sobre los mismos ni de la forma en la que se va a abordar su gestión y distribución, ya que consideramos que estos recursos deben llegar a todos los rincones y microempresas, ya que sin su concurso no serán realmente eficaces.

Desde las Cámaras de Andalucía ofrecemos nuestra plena colaboración para contribuir a una mejor gestión de estos fondos, aportando nuestro conocimiento y experiencia con el objetivo último de maximizar su rentabilidad y evitar que se pierda cualquier recurso de estímulo empresarial para la recuperación. Para ello, las empresas andaluzas disponen de las Cámaras de Comercio desplegadas por todo el territorio andaluz, lo que nos permite contar con una vertebración territorial privilegiada y un profundo conocimiento en la interconexión con las empresas.

Otro aspecto crucial para el futuro económico de Andalucía es el necesario avance en las infraestructuras logísticas y de transporte para aprovechar la atractiva posición geoestratégica de nuestra comunidad, que debe aspirar a convertirse en la gran plataforma logística del sur de Europa. Para ello es indispensable impulsar el desarrollo de los corredores ferroviarios contemplados en la Red Transeuropea del Transporte para Andalucía, tanto el corredor central como el Mediterráneo, una reivindicación largamente demanda de forma unánime por todo el sector empresarial y con un avance insuficiente hasta el momento. La logística y el transporte son esenciales para el crecimiento empresarial y para mejorar la competitividad, además de convertirse sus infraestructuras en un imán para la inversión y la llegada de nuevos proyectos.

En suma, desde las Cámaras andaluzas queremos seguir empujando en todas estas reivindicaciones y retos en este momento importantísimo para el devenir económico tras la pandemia, siendo útiles para el avance y el desarrollo de Andalucía desde nuestra labor de servicio a las empresas, que han demostrado sobradamente su valor en esta crisis y han puesto de manifiesto que es necesario, ahora más que nunca, hacer más empresa en Andalucía para afianzar la recuperación y mirar al horizonte con mucho más optimismo.

“La forma más eficaz para emprender: intraemprender”

OPINIÓN

MELESIO PEÑA
PRESIDENTE DE LA
ASOCIACIÓN DE JÓVENES
EMPRESARIOS DE
ANDALUCÍA

 Melesio Peña Almazán
 @Melesio_Pena



Me gustaría hablarles de un aspecto que considero fundamental si queremos verdaderamente transformar nuestro ecosistema emprendedor y consolidar las iniciativas empresariales que nacen en Andalucía. El intraemprendimiento.

Previamente, déjenme recordarles que, el informe GEM concluye con que Andalucía ocupa la primera posición de España en número de emprendedores, representando el 21,2% de todo el país. No obstante, nos encontramos a la cola en la consolidación empresarial ocupando la decimoquinta posición.

Entonces, ¿de qué sirve que creemos empresas si luego no conseguimos que se consoliden?

El intraemprendimiento, es el acto de llevar adelante una actividad emprendedora al interior de una organización existente, con el fin de fomentar el empleo y la competitividad.

Los intraemprendedores, son capaces de desarrollar un comportamiento emprendedor, bajo el respaldo de la empresa, a través del descubrimiento y explotación de nuevas oportunidades de negocio. Con apetito por la innovación, son promotores innatos de ideas porque son personas ocurrentes, creativas, cuya imaginación proyecta ideas diferentes, no implantadas y no desarrolladas hasta ahora. Se transforman así en generadores de alternativas de forma natural.

Los emprendedores e intraemprendedores se parecen en su capacidad de asumir riesgos y en la orientación al logro, pero, la diferencia primordial entre ambos, es que los primeros parten de cero y fundan una compañía y los intraemprendedores parten de una plataforma existente y hacen crecer a las compañías.

No estoy teorizando, el intraemprendimiento existe y es practicado tanto por grandes corporaciones multinacionales líderes en los sectores en los que operan, como por empresas de mucha menor dimensión. En referencia a ellos, algunos ejemplos famosos de intraemprendimiento son, Billpoint el sistema de pago de Ebay que cerró cuando adquirió PayPal, Virgin Atlantic Airways lanzada a partir de la empresa de discos de Virgin o el lenguaje de programación Java de Sun Microsystems.

La utilidad de contar con emprendedores y desarrollar proyectos dentro de una compañía, versa en la gran ventaja consistente en la posibilidad de mantener dentro de la empresa a estos talentos, que constituyen un importante capital humano, que es capaz de proveer soluciones y mejoras sin tener que conseguir esas respuestas afuera.

Recordemos que toda corporación, incluidas las grandes, alguna vez fueron la iniciativa emprendedora de alguna persona. En estas compañías, la razón fundamental por la que innovan es la necesidad de ganar tamaño y mantenerse en el mercado. En muchas ocasiones, la introducción de una innovación es el desencadenante de la creación de una nueva empresa. Por ello, la innovación ha de formar parte de la conducta habitual de las empresas y cuando la innovación es promovida y liderada por emprendedores, podemos decir que estamos hablando de un intraemprendedor.

Conscientes de la necesidad de la consolidación empresarial, nace la oportunidad de la promoción e impulso del intraemprendimiento, la que será una de las prioridades estratégicas de los Jóvenes Empresarios para los próximos años.

A través de esta ambiciosa iniciativa, que está orientada a integrar, formar y acompañar a los emprendedores que quieren explorar esta vía de transformación como vector estratégico en sus respectivos ámbitos de negocio, materializaremos la consolidación empresarial de iniciativas emprendedoras innovadoras.

La inserción de jóvenes emprendedores dentro de compañías, incidirá, en que se generará un entorno de emprendimiento colaborativo, fraguándose una simbiosis entre la compañía y el intraemprendedor a través de la cual se obtienen beneficios para la empresa, ya que dispondrán de un departamento autónomo de innovación, mientras que los intraemprendedores se beneficiarán de recibir la formación necesaria para la gestión de su iniciativa, la utilización de los recursos comunes, como locales e instalaciones, y de los servicios de los departamentos comunes, como el de administración y finanzas.

Debemos exponer ante la sociedad que existe una nueva vía de desarrollo profesional, es decir, que es posible emprender dentro de una organización por cuenta ajena.

Por lo tanto, quiero dejar claro que nos surge la oportunidad de resolver los problemas que tenemos de ecosistema, que lo hace bien solo al principio. Ahora es posible, y recomendable, fomentar y gestionar el intraemprendimiento de manera formal y estructurada. Los Jóvenes Empresarios ya nos hemos puesto manos a la obra.

Melesio Peña Almazán

Melesio Peña Almazán (Granada, 1985) presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Andalucía, una entidad formada por 2.300 empresarios y 3.200 empresas, que representa 3.000 millones de euros de facturación y más de 33.800 empleos entre todas las sociedades que aglutina. Además de ser la cabeza visible de AJE Andalucía también desempeña los cargos de vicepresidente I de la Confederación Española de Jóvenes Empresarios y de vicepresidente de la Confederación Granadina de Empresarios. Se define como un “empresario de pura raza” siendo director general de Grupo Octopus conglomerado de empresas como Ingenia Digital, Ingenia Stand, Textilfy, Círculo Textil o Visual Pro cuya actividad se centra en la impresión digital, rotulación, carpintería y audiovisuales. Su formación empresarial desde muy joven fue cursar la carrera de Gestión y Administración de Empresas en ESIC, PSDV por ESIC, Máster en Comercio Internacional por EOI, PSDM por ESIC, GESCO por ESIC y EMBA por ESIC.

**ENTREVISTA**

MARTA BOSQUET
PRESIDENTA DEL
PARLAMENTO DE
ANDALUCÍA

Marta Bosquet: “Ser presidenta del Parlamento andaluz es el mayor orgullo y honor que voy a tener en toda mi vida”

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Se han cumplido ya tres años desde que ostenta el cargo de presidenta del Parlamento andaluz. ¿Qué ha cambiado en esta institución en este tiempo?

Uno de los principales cambios es haberla hecho más abierta, cercana y accesible al ciudadano. No hay semana en la que no se lleve a cabo algún acto que proviene de la sociedad civil.

Hemos avanzado mucho en transparencia, pasando del puesto 18 de cámaras autonómicas, Congreso y Senado, al número 5 facilitando y mejorando la información



auditiva o la instalación de un sistema "beepcon" (sistema inteligente de guiado e información para personas ciegas) y el desarrollo de un nuevo sistema de señalización adaptada por todo el edificio.

Además, hemos ampliado la oferta pública de empleo para personas con discapacidad intelectual y con síndrome del espectro autista.

Le ha tocado ser la segunda autoridad de Andalucía en tiempos de pandemia. ¿Cómo lo ha vivido?

Con preocupación y mucha responsabilidad por el cargo que desempeño. Cuando se decretó el primer estado de alarma me preocupaba cómo actuar desde el Parlamento de Andalucía para seguir con la actividad, que nunca se llegó a interrumpir. Afortunadamente pudimos seguir ejerciendo la actividad a través de aplicaciones informáticas con diputaciones permanentes, comparencias y convalidaciones de decretos leyes.

Por otro lado, y como todo el mundo, con mucha tristeza por los miles de personas que han fallecido.

En el Congreso nacional estamos continuamente viendo episodios de confrontación que incluso acaban en los tribunales. ¿qué le parece? ¿cree que es democráticamente sano?

Todo lo contrario. Es tremendamente perjudicial para nuestra democracia. Cada una de las faltas de respeto que hacen los representantes públicos cuando debaten son directamente proporcional a alejamiento de los ciudadanos en sus representantes. Sin duda alguna esa confrontación produce desafección de la sociedad con la política y, por supuesto, un daño

tremendo para nuestro sistema democrático.

Soy una firme defensora de que dialogando con respeto a las ideas contrarias se pueden llegar a muchos más acuerdos que con faltas de respeto.

En el Parlamento andaluz también ha habido momentos de confrontación, algunos directamente con usted.

No me parecen bien las faltas de respeto en ningún caso, pero esta responsabilidad requiere de un plus de paciencia. La confrontación o falta de respeto se produce muchas veces por nervios, pero casi siempre se pide disculpa después. Yo me quedo con el buen trato de las relaciones humanas que tenemos todos los representantes públicos del Parlamento.

Dígame cuál ha sido el momento más triste y el más feliz.

El más triste siempre es el que se produce cuando se falta al respeto y se olvida el objeto del debate con ataques personales. Felices tengo muchos, como el momento que fui nombrada presidenta. Es el mayor orgullo y honor que voy a tener en toda mi vida. También me alegra mucho el contacto con la gente y ver que me agradecen abrir el Parlamento de Andalucía.

Le preguntaba antes qué ha cambiado en el parlamento andaluz, y ¿qué ha cambiado en Andalucía en estos tres años?

Muchas cosas. Lo primero y fundamental que no se habla de corrupción, algo muy importante tras los muchos casos con los anteriores gobiernos. Ahora Andalucía está liderando muchas clasificaciones. 2 de cada 3 autónomos que se dan de alta es andaluz; ha aumentado significativamente la exportación y somos la segunda comunidad en



Cada una de las faltas de respeto que hacen los representantes públicos cuando debaten son directamente proporcional a alejamiento de los ciudadanos en sus representantes

creación de empresas.

La bajada de impuestos y la reducción de trabajas también ha hecho que Andalucía sea una tierra mucho más atractiva para las inversiones y eso la ha convertido en motor económico de España.

Parece que la visión que se tiene de Andalucía en el resto de España y del mundo está cambiando. ¿Tiene esa percepción?

Sin duda. La gente te lo dice por la calle. Hemos pasado del vagón de cola a ser la locomotora

de España y eso nos llena de orgullo a todos los andaluces.

Usted forma parte del grupo parlamentario de Ciudadanos y también de su ejecutiva nacional y regional. ¿Cómo ve el futuro de su partido en Andalucía?

Nos avala nuestro trabajo desde que entramos en la pasada legislatura en el Parlamento andaluz bajando los impuestos a los andaluces. Ahora que estamos en gobierno solo hay que fijarse en las de Ciudadanos en sus consejerías.

Si ya no se habla de corrupción es gracias al trabajo del vicepresidente de la Junta de Andalucía, Juan Marín, al frente de la consejería de regeneración. La economía y el empleo son materias de los consejeros Rogelio Velasco y Rocío Blanco que están realizando una labor espectacular junto con sus equipos. También se han reducido a la mitad las listas de esperas de la dependencia y se ha elevado coste plaza del sistema de dependencia, que estaba congelado tras seis años gracias al trabajo de Rocío Ruiz. Y la excelencia educativa, con un incremento de las infraestructuras brutal es gracias a la labor de Javier Imbroda en Educación, que también está dando un vuelco increíble a la importancia del deporte en Andalucía con competiciones de primerísimo nivel.

“Hemos pasado del vagón de cola a ser la locomotora de España y eso nos llena de orgullo a todos los andaluces”

Serán los andaluces los que decidan el futuro de Ciudadanos en esta comunidad, pero el trabajo está ahí y se puede demostrar con hechos y números.

Y ¿cómo ve su futuro personal? ¿Le gustaría seguir siendo presidenta del Parlamento o tiene otras aspiraciones personales o políticas?

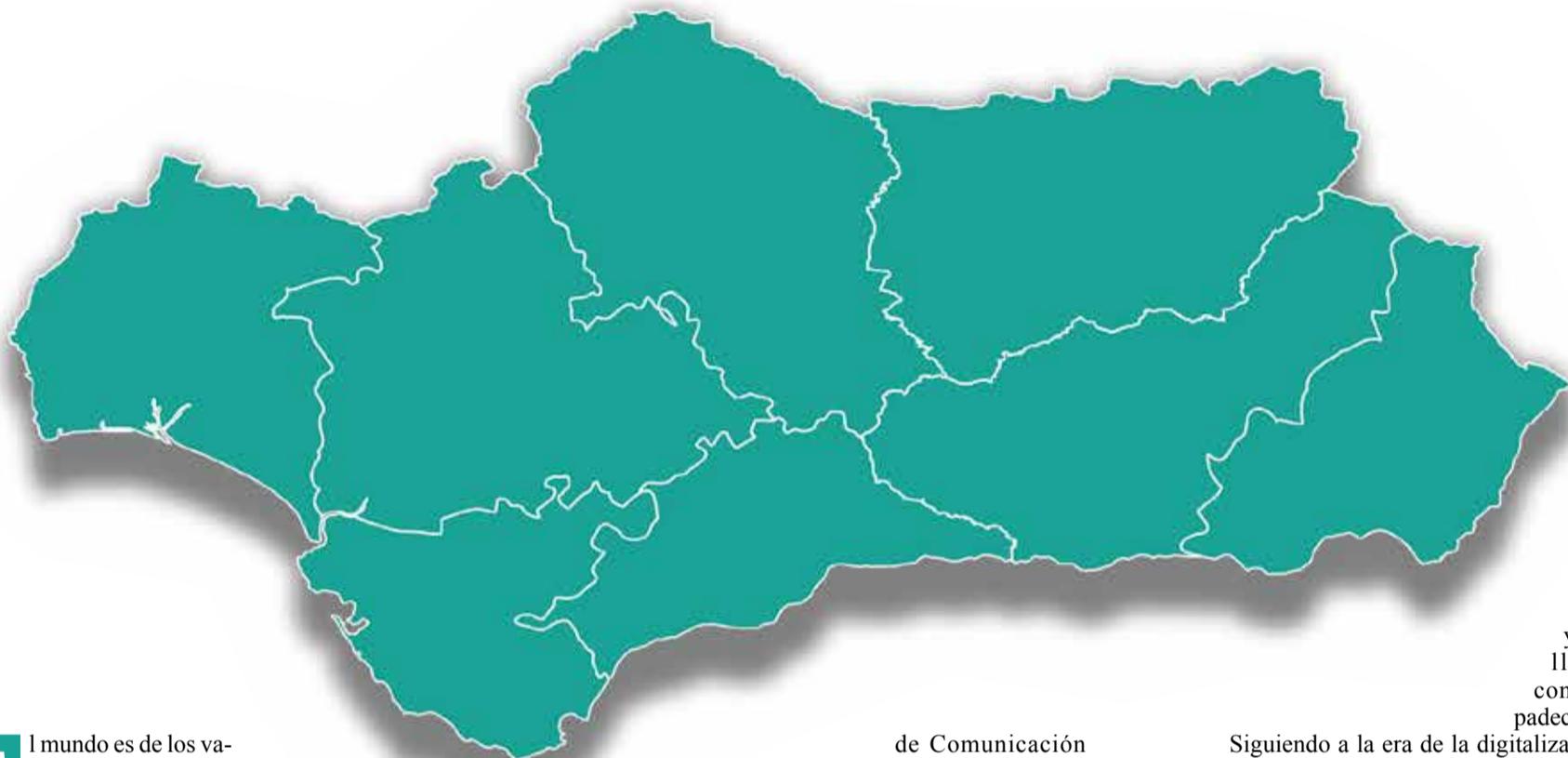
Tengo vocación de servicio y trabajar, pero estaré donde los afiliados y mi partido quieran. Si se acaba la política, tengo 22 años de trabajo a mis espaldas como abogada, de ejercicio profesional, y sería un honor volver a la profesión porque es una profesión que amo.



sobre el funcionamiento, la contratación o sobre los diputados.

Y también haber hecho este parlamento mucho más accesible desde el punto de vista físico y sensorial para personas con cualquier tipo de discapacidad. Algunas de las medidas puestas en práctica en el Parlamento para mejorar esa accesibilidad y la participación de todas las personas con cualquier tipo de discapacidad son la eliminación de barreras físicas; la utilización de un servicio de intérprete en lengua de signos en la comisión de discapacidad; la instalación de un sistema de bucle magnético para personas con discapacidad

Bienvenidos



El mundo es de los valientes, no cabe duda. Es inasumible que una sociedad prospere si se queda anclada en la comodidad que genera una estabilidad sin la asunción de riesgos; solo el coraje cosecha éxitos. Ciertamente vivimos en un escenario tan cambiante que la valentía está más cerca de generar un sentimiento de ansiedad que de ánimo, pero no está en nuestro ADN ser conformistas.

Asumimos la responsabilidad de crear un nuevo medio de comunicación en un contexto económico y social, cuanto menos, complicado. No es una tarea sencilla, máxime cuando la desinformación copa las pantallas de unos móviles en los que las redes sociales son protagonistas. La cultura de la desinformación es realmente peligrosa porque, si como decía Nelson Mandela “la educación es el arma más poderosa para cambiar el mundo”, una sociedad que no es consciente de la verdad, que no se nutre del conocimiento, está abocada al encapsulamiento, a la involución, a la perpetuidad de la ignorancia; una sociedad manipulable y moldeable. Sin embargo, este pequeño grupo de valientes apuesta justo por lo contrario: la información veraz y de calidad.

Tribuna de Andalucía nace con el aval de un Grupo que lleva a sus espaldas 15 años en el mundo de la comunicación, cuya cuna está en un territorio nada sencillo de explorar, y si no que se lo digan a los castellanos que tardaron más de 90 años en conquistar esos siete paraísos hoy integrados en un archipiélago, territorio ultraperiférico de España y la Unión Europea. Canarias vio nacer el Grupo

de Comunicación Tribuna, y este hoy consolida su crecimiento con esta primera edición en papel de Tribuna de Andalucía, medio que nace con la misma vocación y compromiso de su hermano mayor isleño, Tribuna de Canarias.

Estas páginas nacen con el objetivo de ser la referencia de la información económica de esta Comunidad Autónoma. Estas páginas quieren ser testigos de la actualidad, del análisis y reflexiones de todos los entes políticos y económicos. Estas páginas están sedientas de entrevistas, columnas de opinión y reportajes; ansiosas por generar debate, pues no existe ejercicio más pleno y saludable que este para una sociedad democrática. Es por ello que creceremos sobre los cimientos de la pluralidad y la independencia. Pocas cosas existen que sean tan valiosas como la libertad y eso, en el periodismo no debería ser un hecho excepcional, sino una obligación. El derecho a la información es un derecho fundamental, pero la información no debe ser manipulada, ni manipulable.

Los medios de comunicación debemos ofrecer a los ciudadanos las informaciones sin maquillaje para que cada cual construya su propia fotografía de la actualidad. De ahí que Tribuna de Andalucía permite a los representantes públicos dar su visión sobre las políticas económicas que desarrollan en los sectores sobre los que tienen capacidad de actuación. Pero también tenderemos la mano a las organizaciones empresariales para que hablen y opinen de su propio contexto. Ahora bien, los pequeños empresarios, fundaciones, asociaciones o cualquiera que necesite un altavoz, también encontrará en este medio un espacio donde pro-

yectar aquello que está construyendo o padeciendo.

Siguiendo a la era de la digitalización a la que nos vemos inexcusablemente abocados, este periódico encuentra un soporte digital bajo el mismo nombre. Qué duda cabe de que el papel se está convirtiendo en algo circunstancial y el mundo online está ganando terreno, sin embargo, y haciendo un alarde de romanticismo, mantendremos una versión en papel de manera mensual; pocas cosas generan tanta satisfacción que leer un diario acompañado de un buen café, deleite del que las nuevas generaciones serán, cada vez, menos conscientes. No obstante, y pesar de la nostalgia, nos regocijamos en la modernidad y no será en los quioscos donde nos encuentren, sino en los domicilios de quienes elijan una suscripción o en organizaciones, empresas, instituciones y puntos estratégicos que iremos anunciando.

Queda aquí nuestro compromiso de convertirnos en el periódico económico y empresarial de referencia. Partimos de la humildad pero con el ánimo de crear una propuesta de valor que genere orgullo a una comunidad autónoma que crece por arriba de la media nacional, una región pionera en energías renovables, una potencia en el sector agroalimentario, cuna de cultura y patrimonio. Tribuna pretende sacar a relucir el orgullo del “andalucismo empresarial”, porque esta tierra es, a día de hoy, el motor de España y este es motivo más que suficiente por el que sentirnos honrados y agradecidos.

La información nos hará libres y, sin ninguna sombra de duda, cada edición se erigirá bajo esa premisa.

Bienvenidos a Tribuna de Andalucía.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

Edición: Grupo de Comunicación TDC S.L.
Directora: Montserrat Hernández
Secretaría de gerencias: Loly Hernández
Marketing y Tecnología: Sociment Agencia
Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: direccion@tribunadeandalucia.es
redaccion@tribunadeandalucia.es
publicidad@tribunadeandalucia.es
nº 1 | Depósito Legal: SE 321-2022
Imprime: BERMONT

Oportunidad

OPINIÓN

JOSÉ CARLOS PIÑERO CRIADO

ABOGADO. DIRECTOR DEL ÁREA JURÍDICA DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE AUTÓNOMOS (ATA). MIEMBRO DE LA COMISIÓN LEGAL DE CEOE.

in José Carlos Piñero Criado

Dice nuestra Real Academia de la Lengua que “oportunidad” es la “circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo”. El diccionario de sinónimos asimila semánticamente la oportunidad a la “conveniencia, ocasión, coyuntura, pertinencia, coincidencia, casualidad, conformidad, congruencia y exactitud”.

Y decían los clásicos que, en medio de la dificultad, yace la oportunidad.

El Congreso de los Diputados está inmerso en pleno trámite de enmiendas al proyecto de nueva Ley Concursal, que transponiendo la Directiva UE 1023/2019, pretende dotar a los trabajadores autónomos de mecanismos de segunda oportunidad.

Resulta frustrante que se plantee una segunda oportunidad de mentira (ahora me explicaré), y paradójico que no reparemos en si existe una primera oportunidad (Creo humildemente que, para muchos españoles, los más desprotegidos, no).

El proyecto de nueva Ley Concursal establece que aquellos autónomos que, siendo deudores, se acojan a un concurso de acreedores para tener una segunda oportunidad, saldrán de dicho concurso sin deudas privadas (bancos, proveedores, etc), pero mantendrán las deudas contraídas con la Seguridad Social, Hacienda, Ayuntamientos, Comunidades Autónomas... esto es, les desproveerán de todo, les dejarán desnudos, por así decirlo, y los tirarán al mar para que puedan seguir nadando... eso si, con una enorme piedra pesada atada a sus pies... inexorablemente se hundirá: esta es la Segunda Oportunidad que nos plantean los legisladores en su Proyecto de Nueva Ley Concursal.

Pero es que además el Proyecto impide que esa deuda con Hacienda o Seguridad

Social se estructure e incluya en un plan de pagos y lo que es sangrante: iniciado el concurso de acreedores, se suspende cualquier ejecución, salvo la del crédito público, lo que provocará que la TGSS y la AEAT inicien una carrera por ejecutar sus créditos al margen del procedimiento concursal a través de ejecuciones singulares, frustrando nuevamente la posibilidad de una verdadera segunda oportunidad, e imposibilitando el cobro de la deuda concursal, lo cual, además, afecta directamente a las empresas y autónomos acreedoras, dañando seriamente el patrimonio de otras empresas que habían mantenido un comportamiento económico irreprochable. En fin.

A nuestros legisladores y al Gobierno de la Nación no parece importarles el tirón de orejas del Fondo Monetario Internacional (FMI), que ha denunciado los excesivos privilegios del crédito público en España, en su IMF Country Report No. 17/340. Tampoco parecen sentirse obligados por el tenor de la Directiva que se pretende transponer, que no limita la exoneración de ningún crédito, y para colmo el Proyecto de Ley se carga la doctrina establecida por el Tribunal Supremo en su Sentencia de 2 de julio de 2019, en términos muy favorables en cuanto a la exoneración del crédito público para los deudores.

En el mundo anglosajón, especialmente en EE.UU., si no fracasas varias veces, no eres nadie. En España, si fracasas, no eres nadie, porque forzosamente tendrás que pasar a la marginalidad y a lo que venimos en denominar la “economía sumergida concursal”.

El proyecto de nueva Ley Concursal, cuya vocación estética (no real) es el establecimiento de mecanismos de segunda oportunidad, puede convertirse, si no se modifica, en UNA GRAN OPORTUNIDAD PERDIDA.

Estamos en plazo, estamos en trámite de enmiendas, y por eso quiero denunciar el egoísmo de la Administración, que pretende que se exoneren todas las deudas menos las suyas, y reivindicar la necesidad de una norma que establezca que cuando el deudor insolvente es una persona física (autónomo) de buena fe, debe establecerse una exoneración total de su pasivo insatisfecho, también del crédito de derecho público, que les permita beneficiarse de una segunda oportunidad real, evitando su paso a la economía sumergida y a una situación de marginalidad.

Mencioné al principio la primera oportunidad, porque también tenemos que trabajar para mejorar las condiciones de los emprendedores que quieren, por primera vez, cumplir un sueño de libertad y de autorealización profesional mediante el inicio de una actividad, gesta de cierta importancia y gran envergadura, que requiere estar dispuesto a tomar riesgos relacionados con el tiempo, el dinero, y el trabajo: no es de recibo que los emprendedores se quemem



en el campo de minas de las trabas burocráticas, o se choquen con el muro de las licencias que no llegan y el papeleo absurdo e interminable.

Y hablando de oportunidades, pensemos también en mejorar las de las personas mas desfavorecidas, aquellas con diversidad funcional... merece la pena.

En definitiva, aprovecho la oportunidad de estas líneas para reivindicar las oportunidades, todos las mereceremos, la primera y

las sucesivas, oportunidad de verdad, oportunidad real, ya seamos jóvenes, mayores, discapacitados, de cualquier sexo, residentes de zonas rurales, españoles, extranjeros... creamos y creamos oportunidades, y permitamos a los demás que aprovechen las suyas.

Por cierto, no me gusta el oportunismo, aquella “actitud de aprovechar a toda costa las circunstancias para obtener el mayor beneficio”.

Las necesidades de las empresas andaluzas y la sociedad civil



OPINIÓN

PEDRO JIMÉNEZ RODRÍGUEZ
ABOGADO. SOCIO DE
VRIVM LEGAL SLP

in Pedro Ignacio
Jiménez Rodríguez

Inauguro mi participación en este nuevo Diario Tribuna de Andalucía con una reflexión sobre el presente y futuro empresarial de Andalucía.

Desde hace unos años me encuentro inmerso en un estado que he de-

nominado como “nuevo patriotismo andaluz”. Es un nuevo estado porque desde que empecé a comprender qué podría esperar de mercado de trabajo me encontraba sumido en un pesimismo activo, no en vano éramos la generación del paro; las dificultades para abrirte camino en el mundo profesional parecían imposibles de superar y esto es algo que lo he tenido presente en muchas fases de mi vida. Luego cuando empieza uno a recorrer su camino laboral, resulta que lo difícil no era empezar, sino mantenerse y, sobre todo, crecer profesionalmente. Por eso me vengo resistiendo desde hace tiempo a esos “cantos de sirena” de un mayor y mejor desarrollo profesional en una ciudad que lo tiene todo como es Madrid, ahí están sus números.

Y la resistencia era difícil de aguantar; siendo abogado de empresa resulta que nuestro escenario está formado por un

tejido empresarial andaluz, que no es solo que esté mayoritariamente formado por Pymes, sino que, nada más y nada menos que el 95 % de nuestro sector empresarial son microempresas (menos de 10 empleados). Estas empresas, por su propio dimensionamiento tienen menos necesidades de contar con un asesoramiento más complejo o sofisticado y pese a ello, la oferta de servicios profesionales en Andalucía no solo es muy numerosa, sino de primer nivel; muchas veces pienso que hay más abogados que clientes...

Pero cuando todo parecía perdido, resulta que a mi resistencia a ese cambio a Madrid se le ha sumado nuevos e inesperados aliados: en los últimos años hemos visto como la innovación y el desarrollo tecnológico se ha convertido en una prioridad estratégica para muchas empresas andaluzas, la mayoría de las cuales se han fijado como objetivo elevar su facturación y aumentar el número de empleados para poder sobrevivir en mejores condiciones en el mercado. Además, otro factor que están potenciando las empresas y los empresarios andaluces es el de la internacionalización, no sólo entendido como una primera fase, la exportación, sino con el complejo proceso de establecimiento en países extracomunitarios.

Estos aliados, sin perjuicio de que estén condicionados por las consecuencias económicas y sociales de la pandemia del COVID-19, no han surgido espontáneamente, sino que vienen siendo alimentados desde la Administración. Siempre me ha gustado esa frase de algunos políticos sobre que la Administración no ha de crear el empleo, sino facilitar que se creen más empresas, que se hagan más grandes, más fuertes y competitivas. Así, resulta que en apenas poco más de dos años, Andalucía surge como una oportunidad en si misma, en donde las últimas reformas legislativas emprendidas por el Gobierno de Andalucía (Unidad Aceleradora de Proyectos de Interés Estratégico, Decretos de Simplificación Administrativa, reducción de burocracia, potenciación de actuaciones ambiental-

mente sostenibles...) está teniendo un efecto llamada para que se invierta en nuestra tierra en nuevos proyectos industriales, de innovación o de energías renovables.

Pero al igual que me ocurrió a mí cuando a empecé mi vida laboral, resulta que lo más difícil no es empezar (centrarse en lo que la empresa necesita), sino mantener esas políticas y especialmente, aumentar la eficacia y eficiencia de estas.

La nueva Agencia TRADE parece que será una herramienta básica para lograr un mayor alcance de estas políticas, pero también Andalucía debe de salir de su zona de confort. Andalucía no debe ser sólo el “ocio” de Europa, el Turismo es fundamental, pero debe combinarse con una mayor presencia industrial y de innovación en nuestra región. Un ejemplo sobre esto: el año pasado la OCDE hizo su tercer informe dedicado a ciudades y regiones mineras del mundo y lo dedicó a Andalucía. La OCDE no es una institución cualquiera, tiene el mejor servicio de estudios económicos de mundo, y se dedicó a analizar las fortalezas y debilidades de Sector Minero andaluz.

Y de entre todas sus conclusiones y recomendaciones de mejora, me quedo con dos: potenciar la imagen minera de Andalucía en el mundo (siempre lo digo, crear la marca “Andalucía Minera” y pasearla por el mundo) para que ese conocimiento nos sirva para atraer inversión y trabajadores cualificados, proyectando una imagen de nuestra región como entorno no solo con calidad de vida, sino innovador y sostenible. La otra recomendación de la OCDE, sobre la que la Junta de Andalucía puede y debe incidir, es mejorar la posición de las Pymes mineras (industria auxiliar) hacia actividades de mayor valor añadido, mejorando la red con las empresas tractoras e iniciando el camino de su internacionalización. La OCDE ha visto la experiencia y altísimo nivel profesional que tiene el sector de industria auxiliar minera y considera que es un talento claramente exportable. Ahí debemos incidir ahora.

Pero sobre todo, lo que más ha cambiado en estos últimos años en la región es la cada vez mayor riqueza de su sociedad civil. Ninguna acción política debe plantearse ni realizarse sin el apoyo de la sociedad civil; las asociaciones empresariales, vecinales, patronales, Cámaras de Comercio, Sindicatos, ONG’s no solo dan un plus de legitimidad a la acción política, sino que precisamente aglutinan a la sociedad civil para dar una visión parcial, pero que, si las sumamos todas, se vuelve global.

Próximamente veremos nuevos foros, think tanks, empresas y lobbies que servirán para cumplir esta importante misión; como ha dicho la Comisión Europea, todos ellos sirven para mejorar las decisiones políticas al comunicar percepciones realistas de empresas, asociaciones o colectivos de ciudadanos.

En definitiva, frente a una visión simplista de los problemas, la complejidad de estos se soluciona precisamente desde la pluralidad, el dialogo, la negociación y alcanzando buenos acuerdos. Para lograrlo habrá que definir cuáles son los interlocutores más válidos, veremos que no sólo existen los que tradicionalmente vienen haciéndolo, sino que será preciso abrir nuevos cauces de información y transparencia a estas nuevas formas que tiene la sociedad civil de relacionarse con lo público.



La Casa del Desierto, escuchar el silencio

OPINIÓN

**MONTSERRAT
GODOY**

CEO DE MG TALENT.
DIRECTORA DE RRHH.
CONSULTORA ESTRATÉGICA
DE EMPRESAS
AGROALIMENTARIAS.

 Montse Godoy

 @montserratgodoy

Granada es la ciudad de los cuentos por excelencia, encantada y mágica. Cada rincón de su provincia esconde lugares espectaculares que pueden ser escenografías para una película de Steven Spielberg, galaxias cercanas llevan al viajero, a un turismo de emociones y sensaciones.

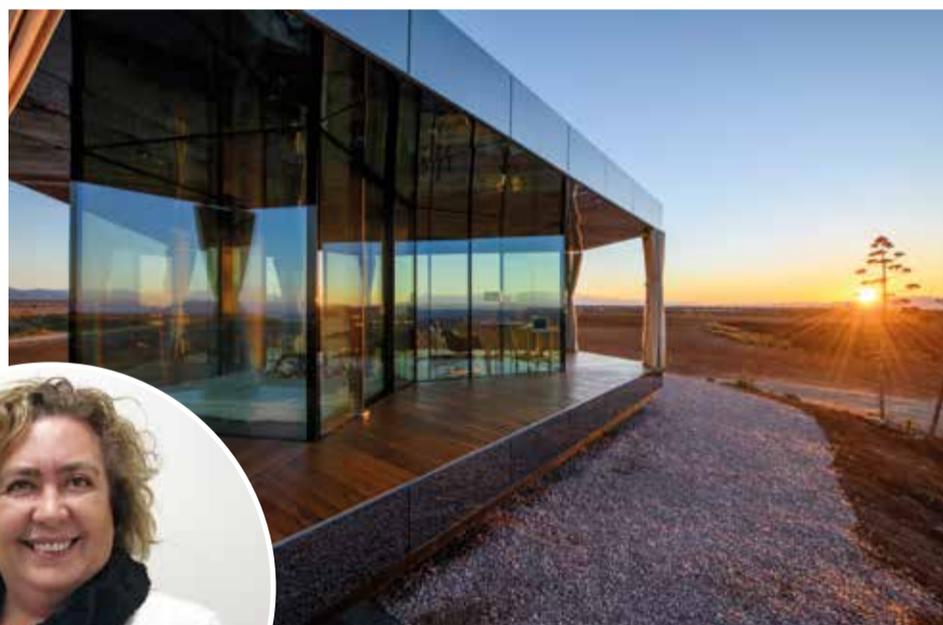
En estas rutas de emociones nos paramos en Gorafe tiene su origen en el vocablo árabe “Gaurab” que significa “cámaras altas”

haciendo referencia a su histórico hábitat en casas-cueva, cuyo máximo exponente es un conjunto de cuevas de origen almohade (siglo XII).

El principal atractivo de esta pequeña localidad son sus 240 dólmenes neolíticos diseminados en 10 necrópolis, que la convierten en la mayor concentración de túmulos prehistóricos de España. La razón de esta abundancia es que el arroyo de Gorafe. (Al abrigo de los vientos que sacuden este altiplano situado a mil metros de altitud, salpicado por almendros y dólmenes).- es una depresión natural situada en un corredor geográfico muy transitado durante la Prehistoria.

Las poblaciones neolíticas que se asentaron aquí formaban una sociedad compleja, jerarquizada, y con una economía de tipo agropastoril. Vivían en casas excavadas en las laderas o en construcciones de piedra con tejados de ramas y enterraban a sus muertos en el interior de dólmenes.

En medio de la nada se encuentra la conocida como “Casa del Desierto” o casa de Cristal, es una casa sostenible, de un diseño modernista de los arquitectos Rok Oman, Spela Videcnik, Andrej Gregoric, Janez Martincic, José Navarrete Jiménez, Lucas Blasco



Sendón, Jakub Chaloupek, Agnieszka Sukienniczak.

A través de unas placas solares ubicadas en el techo se almacena la energía solar en acumuladores, que permiten disponer de electricidad, así como calentar el agua de la ducha. El agua es recogida de la lluvia y canalizada hasta un depósito que incluye un sistema de filtrado para hacerla potable. Los residuos del baño van hasta una fosa séptica biológicamente activa transformándolos en abono líquido que vuelven de nuevo al terreno. Por tanto, se trata de una vivienda totalmente autosuficiente y respetuosa con el medioambiente.

Lo mejor que ofrece “La Casa del Desierto”, es el llamado turismo de bienestar, o de desconexión. En la actualidad estamos viviendo momentos muy complejos a nivel

mundial, el turista busca lugares donde poder salir respirar, desconectar y alejarse de todo lo que una gran ciudad tiene detrás, de todo “lo gris”. El ser humano es sabio y La Casa del desierto es más que turismo de desconexión es turismo de bienestar emocional y mental.

Las experiencias, el silencio, la luz, las emociones, la gastronomía y sobre todo, el trato a cada uno de sus clientes, con un servicio personalizado, donde el pequeño detalle es el objetivo principal para todo el “equipo de la Casa del Desierto”.

Un abanico de emociones diferentes en pleno “Desierto de los Coloraos” “qué el viajero puede elegir entre descansar, las rutas de tres horas de 4x4, la celebración de un cumpleaños o “pedir el matrimonio como algunas de las parejas ya alojadas en la casa rural”.

Pero lo más importante, escuchar y oler “el SILENCIO”.

Quiero poner autoconsumo, ¿quién me lo instala?



OPINIÓN
SEBASTIÁN
MARTÍNEZ
 CEO DE GREEN
 EFFICIENT SOLUTIONS

 Sebastian Martinez
 @Sebas_pvsolar

Después de un año intenso, el autoconsumo se disparó en España, un 85%, donde se instalaron 1.151 MW de potencia en este tipo de instalaciones, el sector resi-

dencial, clave en el aumento de estas cifras, supone ya el 22% del total (253 MW), según la patronal de renovables APPA. “El ámbito doméstico estuvo muy condicionado por los altos precios del mercado eléctrico y el autoconsumo se ha identificado claramente como una forma de conseguir grandes ahorros en la factura eléctrica”, explica la asociación. Según la misma, el sector residencial lideró el crecimiento porcentual durante el pasado año. En total, particulares y empresas instalaron 1.151 MW, rompiendo la cifra psicológica del gigavatio y casi duplicando los 623 MW instalados en 2020.

Todo hace pensar que tenemos unos años venideros con crecimientos importantes, generando empleos de calidad y bien remunerados por las empresas establecidas en nuestras islas, pero me gustaría detenerme en algo que hay que tener en cuenta, sobre todo para las familias que, como es normal, no tienen mucha idea de este tipo de instalaciones y de los requisitos técnicos, legales y de seguridad que hay que tener en

cuenta. Empezamos. Las instalaciones de autoconsumo son instalaciones eléctricas y, como tales, SIEMPRE las tiene que realizar un instalador eléctrico de baja tensión dado de alta con sus seguros de responsabilidad civil al corriente. Yo no dejaría entrar a nadie en mi casa si no se acredita de esta manera, ya que el riesgo de una instalación defectuosa puede suponer desde un incendio a que alguien se quede electrocutado, como dice un anuncio de TV: Poca broma con esto.

Me llegan decenas de publicidades por redes sociales de empresas instaladoras con precios bajos jactándose con fotos de todas las instalaciones que realizan donde se pueden ver detalles que incumplen el REBT (Reglamento Electrotécnico de Baja Tensión), el CTE (Código Técnico de la Edificación) y normas UNE. ¡La ignorancia es muy atrevida!

Una cosa lleva a la otra... si nuestra intención es dar de alta nuestra instalación de autoconsumo para que la compañía eléctri-

ca nos compense el excedente que generamos, y así bajar aún más nuestra factura, los únicos que pueden hacer este trámite son las empresas instaladoras legales, también son las que pueden realizarnos las gestiones para las subvenciones que están vigentes en ese momento. Estas subvenciones son un engorro en muchos casos y el instalador cualificado por experiencia se conoce y anticipa

a los requerimientos que le van a exigir, ahorrando tiempo y dolores de cabeza. Hay muchas páginas que nos bombardean con kits de “hágalo usted mismo” o bien le ofrecen el material para que luego usted llame a un instalador para la mano de obra y puesta en marcha de la instalación. Mal camino, enumero: 1º volvemos a lo mismo, NO las puedes instalar si no eres electricista. 2º Las relaciones en garantías recaerán sobre ti y teniendo en cuenta que muchos de los productos que ofertan son de baja calidad corres mucho riesgo. 3º Todas estas empresas online te piden que pagues primero y luego te envían el material. Esto generalmente no lo hacen al día siguiente ya que no es un libro que compras en Amazon, como norma suele tardar entre 3 a 4 semanas en llegar y cuando llegan a Canarias, tienes que pagar el IGIC y DUA's para que te lo entreguen en casa. Los riesgos son las roturas de los paneles que son muy frágiles y que en caso de reclamación tú tienes que enviarlo y encargarle del coste.

Aunque parezca algo sencillo y a pesar de que muchos intrusos vendan estas instalaciones para todos los clientes con la misma cantidad de paneles y potencias, una buena instalación necesita mucho más. El instalador profesional te pedirá las últimas facturas eléctricas, localización, debe tomar medidas de la cubierta para hacer un traje a medida acorde a tu tipología de consumo. Cada casa es un mundo y no consumimos la electricidad de la misma manera, así que para que la instalación dure muchos años y se adapte a nuestro consumo presente y futuro tenemos que ponernos en manos de empresas especializadas que nos harán un estudio preliminar con todo lujo de detalles, donde también te emitirá garantía de su trabajo y de todos los materiales utilizados: paneles, inversor, anclajes, etc. Cuando tu instalación esté en marcha, este profesional te seguirá haciendo el mantenimiento y monitorización en remoto de la instalación para que siempre dé el mayor rendimiento. Confiar en empresas legales siempre sale rentable. El que tiene un tejado tiene un tesoro, así que cuidemos y confiemos a profesionales esta fuente de ahorro y generadora de ingresos.

YoSoyLegal
 100%



La agonía de la industria ante los elevados costes eléctricos

OPINIÓN

MANUEL

PAREJO GUZMÁN

DOCTOR EN ECONOMÍA CON MENCIÓN INDUSTRIAL. PROFESOR DE ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE

 Manuel Parejo Guzmán

Resulta innegable que la industria española -también la europea- está atravesando, a causa del elevado coste eléctrico, una situación ciertamente preocupante. Este coste, ante la ausencia de productos que sustituyan a la electricidad, -demanda inelástica- acaba siendo también asumido por los consumidores particulares. La industria española venía acusando desde hace años una pérdida continua de competitividad,

dado que soportaba unos costes eléctricos superiores a la media de la Unión Europea. Es cierto que estos precios se han ido igualando desde 2019 y hoy España presenta un coste eléctrico algo mayor, pero similar a la media de la UE. Esta situación, que afecta a toda nuestra industria, complica mucho las posibilidades de competir en los mercados internacionales, sobre todo cuando los competidores son empresas de países con estructuras de costes mucho más competitivas que las nuestras.

La gran mayoría de los factores que condicionan los altos precios eléctricos tienen ámbito internacional, por lo que las empresas e industrias tienen un margen de maniobra prácticamente nulo.

Uno de los factores que más influye en la situación de los precios eléctricos es el Sistema de Comercio de Gases de Efecto Invernadero (GEIs) puesto en marcha por la UE (EU-ETS), ideado para llevar a cabo de manera exitosa la descarbonización de la economía. Los altísimos precios de las emisiones

de CO₂ que deben asumirse en la generación eléctrica, provocan irremediablemente un alza en los precios sobre el que las empresas no pueden influir.

Otro factor que también incide en el precio de la electricidad es el sistema marginalista de fijación de precios que se utiliza en el pool eléctrico. El precio de la electricidad para cada una de las horas del día no viene fijado individualmente por el precio de cada una de las tecnologías que generan la electricidad en ese momento. Toda oferta de electricidad que casa con la demanda se comercializa al precio único que haya ofrecido la tecnología más cara en cada hora (precio marginal). Dado que las energías renovables tienen el hándicap de la intermitencia y no son suficientes para cubrir la demanda en muchos momentos del día, es frecuente que acaben entrando a generar electricidad tecnologías con costes variables más altos, como es el caso de los ciclos combinados, que empujan al alza los precios de casación. No son pocos los economistas que manifiestan la conveniencia de modificar cuanto antes esta metodología de fijación de precios. Si se indexara el precio eléctrico horario marginal a los mercados de futuros, a pesar de que actualmente estos presentan también precios elevados, sería posible reducir la volatilidad.

Los factores geopolíticos influyen también en la espiral inflacionista de la electricidad. El conflicto entre Rusia y Ucrania que estamos viviendo estos días, genera una gran inestabilidad en el mercado del gas, que acaba afectando al coste de funcionamiento de las centrales de ciclo combinado y por tanto al coste final de la electricidad. Hay que destacar la gran dependencia energética de toda Europa del gas ruso. Concretamente en el caso español, Rusia es el cuarto exportador de gas, por lo que cualquier conflicto, como el que vivimos en estos días, nos afecta de manera negativa.

Como podemos ver, las soluciones posibles al problema de la electricidad pasan en gran medida por reformas estructurales que habrían de acometerse desde instancias europeas. Las empresas, a corto o medio plazo, tienen poco margen de actuación.

Algunas empresas industriales, desesperadas por la situación y ante la incertidumbre existente, están acometiendo inversiones que les permitan contar con un mínimo de energía renovable, eólica y fotovoltaica fundamentalmente. El gran problema de estas fuentes energéticas, como se ha indicado anteriormente, es la intermitencia de las mismas. La energía fotovoltaica, por término medio, no puede cubrir más de un 10% /15% del consumo de una planta industrial electrointensiva media. Por lo tanto se trata de una solución parcial que ayuda a paliar, solo en cierta medida, la situación actual.

Por otro lado, son muchas las industrias acuden a los mercados eléctricos de futuros, con precios algo más moderados y menos volátiles, para garantizarse precios razonables, al menos en una parte de la electricidad que van a necesitar.

En este contexto, a la vista de los factores que condicionan el escenario actual y que acabamos de exponer, no parece sencillo que el problema de los elevados precios eléctricos pudiera resolverse en un plazo de tiempo corto. Por lo tanto, cualquier iniciativa a nivel país que pudiera tomarse y que estuviera orientada a reducir la factura eléctrica, sería recibida de muy buen grado tanto por empresas como por particulares.



De la Transformación a la Aceleración Digital

OPINIÓN

JORGE ALONSO
CIO de Velorcios Group

 Jorge Alonso

 @jalonso_VG

Es indudable que la sociedad ha vivido en estos dos últimos años un proceso de digitalización tan grande que, de no haber sido por la COVID-19, nunca se hubiera producido. Seguro que todos tenemos ejemplos cercanos que de alguna manera nos ayudan a ilustrar esta afirmación.

Antes del 14 de marzo de 2020 muchas personas nunca habían realizado una videoconferencia y, de repente, apareció en sus vidas algo que se llamaba Zoom y que sin preguntar se instaló en nuestro día a día. Algo similar podríamos decir del Bizum. Ni los mejores planes del fabricante contemplaban el crecimiento descomunal que tuvo esta plataforma de pago que, con el tiempo, los

usuarios han incorporado de manera natural a su cotidianidad.

También, en estos dos últimos años la compra de dispositivos electrónicos se ha disparado y la necesidad de estar conectados allí donde fuera necesario, llevó a muchos usuarios a invertir en equipamiento. Obviamente, el teletrabajo jugó un papel relevante para fomentar el consumo tecnológico.

Así que si preguntamos a cualquier empresa si cree que está digitalizada, es altamente probable que nos responda de manera afirmativa; pues, después de todo, no dejará de ser cierto que su inversión en IT ha aumentado y que seguramente varios de sus procesos ahora lo hace con nuevas herramientas informáticas que hasta ayer desconocía. Incluso habrá alguna que nos diga que ha subido sus servidores al cloud y que ha incorporado medidas de ciberseguridad a su actividad.

Y en base a estos argumentos, muchas empresas ya han dado por cerrado el capítulo de la transformación digital, y al amparo de que pronto las cosas volverán a ser como

antes, han pasado página dando por hecho que sus deberes, en lo que a digitalización se refiere, han concluido.

Y en cierto modo puede que tengan razón si asociamos el concepto de transformación digital a la inversión y a la actualización de procesos; pero, en la práctica sabemos que esto no es suficiente para seguirle el ritmo a la vida.

Todos estos cambios que hemos empaquetado dentro del término transformación digital y del que ya nos estamos empezando a aburrir de tanto escucharlo, no han sido más que una puesta a punto o una adaptación al nuevo escenario en el que nos movemos.

Sin embargo, lo realmente importante comienza ahora. Una vez que la sociedad se ha digitalizado y ya conocemos las reglas básicas del juego, toca empezar la partida y mover las fichas, pero para eso no basta con tener las piezas situadas sobre el tablero, es preciso que sepamos qué queremos hacer y cómo queremos jugar, es decir, necesitamos conocimientos para ganar, de lo contrario nuestras acciones no serán más que movi-

mientos erráticos.

Este es justamente el punto en el que nos encontramos ahora en relación al proceso de digitalización de nuestro tejido empresarial. Las compañías han invertido en recursos tecnológicos, pero no terminan de saber cómo sacarle el máximo partido.

Y es aquí donde la carretera se pone cuesta arriba y donde el contexto no nos acompaña y es que los datos del INE (Instituto Nacional de Estadística) no engañan.

Canarias se encuentra en el último lugar en inversión en I+D empresarial. Las Islas se sitúan en un 0,08% frente al 0,70% que marca la media española. El País Vasco, que lidera el crecimiento nacional, dedica casi veinte veces más inversión en I+D que Canarias.

A esto le sumamos que únicamente el 13,4% de empresas canarias cuenta con especialistas TIC, esto son 5 puntos menos que la media nacional. Por otro lado, la formación que las empresas canarias realizan en TIC a sus empleados supone menos de 4.5 puntos con respecto a la media nacional.

Para finalizar esta relación de indicadores, cabe destacar que solamente una de cada diez empresas canarias contrataron o intentaron contratar a especialistas TIC en 2020. En este sentido, destaca que Canarias dispone de la mitad de especialistas TIC que la media nacional.

Ha quedado claro que la coyuntura no nos es favorable, pero si hasta hoy bastaba con invertir para no quedarnos fuera de la partida, ahora se requiere conocimiento y es ese conocimiento la llave que activa la aceleración digital de nuestras empresas. Este es el reto al que nos enfrentamos si realmente queremos culminar el proceso de digitalización del tejido empresarial que pusimos en marcha de manera atropellada durante el famoso confinamiento.

Es preciso que las pymes y micropymes, que son la base de nuestra economía, puedan acceder al conocimiento necesario para que, con los recursos tecnológicos que ya han adquirido, sepan sacarle el máximo partido al nuevo escenario digital.

Actualmente, el déficit de profesionales de la tecnología es un hándicap importante y necesitamos que, más que pronto que tarde, se incorporen al mercado laboral personas con perfiles profesionales que permitan acelerar el proceso de digitalización de las empresas.

En este sentido, necesitamos contar con una formación de calidad que garantice resultados exitosos en el corto y medio plazo.

Quizás el tema pueda parecer una banalidad y haya quien piense que no nos va la vida en ello, pero la realidad es que nos estamos jugando mucho, entre otras cosas, el futuro de las próximas generaciones y la capacidad de poder cambiar el modelo de la economía canaria si queremos llevarlo más allá del turismo.

Ya no basta con tener tecnología, hay que saber qué hacer con ella. Cerramos el capítulo de la transformación digital, que tuvimos que hacer de manera apresurada por el contexto de la pandemia, y afrontemos el nuevo reto que supone la aceleración digital de nuestras empresas.

El camino es largo por eso conviene que comencemos a dar los primeros pasos lo antes posible. Otros ya están en ruta y nos llevan una ventaja considerable. Así que, una vez más, no nos queda otra que empezar a correr para recuperar el tiempo perdido.

Apuesten por la tierra

OPINIÓN

ANTONIO RIVERO ONORATO

PERIODISTA. DIRECTOR DE GRAYLING EN ANDALUCÍA

 Antonio Rivero Onorato

La revolución de los recursos minerales es ya una realidad. El Covid ha puesto de manifiesto que, en la medida de lo posible, debemos ser autosuficientes, que nuestros estados no deben depender del suministro de materias primas de otros países. Con cualquier crisis, la escasez de elementos tan básicos como los microchips pueden parar las líneas de producción de grandes plantas industriales con todo lo que ello conlleva. No en vano, la UE acaba de anunciar que movilizará 43.000 millones de euros para fabricar en Europa el 20% del mercado mundial de chips.

Cada día que pasa somos más conscientes de la trascendencia de una buena gestión de nuestras materias primas y empezamos a preocuparnos de dónde proceden los minerales tan necesarios para nuestro día a día, como el cobre, el níquel, el aluminio, o el ahora tan demandado litio.

Y cuando nos planteamos quién dispone de estos recursos, nos encontramos con que en nuestra tierra, Andalucía, disponemos de muchos de estos recursos y los explotamos de una forma modélica, única incluso. Nuestro país es ya el segundo productor de cobre de Europa y Andalucía tiene mucho que ver en ello.

El cobre es esencial para la revolución ambiental a la que el planeta debe enfrentarse. Un coche eléctrico puede necesitar más de 80 kilos de cobre para su fabricación, muchísimo más que los coches de gasolina. ¿Y saben cuántos minerales necesita la producción de un teléfono móvil? Algunos conocidos: aluminio, silicio, litio, carbono, cobalto o níquel y otros no tantos: galio, tantalio, magnesio, praseodimio, neodimio, gadolinio, terbio, disprosio... Y muchos más sin los cuales la telefonía no podría existir tal y como la disfrutamos.

Y como el cobre otras materias primas, algunas tan conocidas como la cal, que, para el que no lo sepa, tiene más de 140 usos industriales y en Andalucía es fundamental para la gestión de plantas mineras, por ejemplo.

El futuro de la minería en nuestra comunidad es muy ilusionante, no solo por la



elevada demanda del mercado, sino porque el sector se moviliza y crece, tanto a nivel empresarial como asociativo. Un ejemplo claro es AMINER, la asociación de minería metálica que comenzó su andadura hace algo más una década con un puñado de empresas y que hoy aglutina a casi 50 compañías del sector en toda España y que a su vez está representada en asociaciones como Primigea que abarca el conjunto de las materias primas minerales.

Una de las apuestas más reseñables de AMINER es, sin duda, el Mining and Minerals Hall (MMH), un evento internacional que en octubre celebrará en Sevilla su cuarta edición y que prevé revalidar el éxito de citas anteriores. Más de 10.000 personas visitaron la última feria, dato que a buen seguro se superará en la edición de octubre.

Por cierto, el comisario de este evento, es Javier Targhetta, CEO de Atlantic Copper y reciente Medalla de Andalucía, hito que su-

braya el papel tan importante de una empresa modélica que es, desde hace años, líder a nivel mundial en eficiencia energética. Este reconocimiento nos motiva a todos los que creemos que la minería es clave para nuestro desarrollo y que, siguiendo el modelo de estas empresas, el crecimiento sostenible de nuestra tierra está garantizado.

En pocos meses la Mina de Aznalcóllar volverá a abrir con un proyecto medioambiental espectacular liderado por Grupo México; Atalaya Mining continúa creciendo a un ritmo envidiable con multitud de nuevos proyectos que le garantizan la vida a la explotación durante muchos años; MATSA, que estrena propietarios, también va a seguir dando buenas noticias poniendo en marcha nuevos e ilusionantes proyectos; y Cobre Las Cruces, va a desarrollar una nueva planta innovadora que está generando muchas expectativas en el sector.

Y se siguen realizando investigaciones y prospecciones en la Faja Pirítica. Empresas que realizan importantes inversiones con el objetivo de desarrollar proyectos y explotaciones minerales como Alto Minerales, Tharsis Mining... por poner algún ejemplo.

Y no quiero olvidarme de Cosentino, empresa y marca de referencia en todo el mundo que representa lo mejor de lo que los empresarios andaluces son capaces, llevando la innovación y el compromiso con la sostenibilidad a todos los rincones del planeta.

Detrás de todas estas grandes compañías hay miles de pymes que trabajan para prestar todo tipo de servicios e implementar en sus procesos tecnología puntera, como la que desarrollan compañías como TORSA en Málaga o como Clantech, diseñando hidrogeneras para el suministro industrial.

Con este panorama no podemos pensar en Andalucía sólo en clave de turismo o en clave de agricultura. Es necesario impulsar estos sectores que ya son estratégicos para que sigan creciendo en términos de competitividad e internacionalización porque en pocos años, sin duda, representarán un buen pellizco de nuestro PIB. Hay que poner en valor su responsabilidad y su compromiso con la sostenibilidad y, sobre todo, es preciso que la sociedad vislumbre su papel determinante para el progreso de nuestra tierra. Por ello, ahora más que nunca, apuesten por nuestra tierra.



Tiempos de turismo

OPINIÓN

GUSTAVO DE MEDINA Y ÁLVAREZ
PRESIDENTE DE ASET.
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS DE SEVILLA

En estos días de invierno y después de haber regresado de Fitur, se atisban en el horizonte buenas sensaciones, estímulos favorables que se corroboran con las primeras reservas que van acumulando los diversos actores de nuestra industria turística hispalense.

Tablaos flamencos, empresas de autobuses, guías, casas palacios, todos nos cuentan que el número de reservas crece

de manera continua y mantenida y que todo se refuerza con la bajada de contagios del Covid-19 y la mejora de las condiciones en aforos en las diferentes salas y espacios venue.

Las visitas de nuestros museos aumentan, la oferta cultural progresa de manera exponencial y nuestro aeropuerto nos anuncia la apertura de nuevas terminales y mejora de servicios, las infraestructuras de la ciudad, tanto tiempo demoradas, ahora compiten por alcanzar titulares en los medios, todo progresa.

Creo que efectivamente vienen tiempos halagüeños una vez superada la confrontación sanidad versus economía y habiendo ganado esta por goleada, el miedo va dejando paso al ánimo de gozo y experiencias y aquí, señores, nuestra ciudad es única, una promesa que siempre cumple.

Pero este atisbo de bonanza, crecimiento y recuperación me hacen preguntar sin retórica ¿Hemos aprendido en estos dos años del pasado? ¿Hemos diversificado nuestra oferta? ¿Hemos ampliado nuestra

área turística por excelencia centra en los monumentos patrimonio de la Humanidad?

¿Se regularon los pisos turísticos? ¿Los vecinos conviven en armonía con los turistas y los alquileres se estabilizan permitiendo vivir a los vecinos en sus barrios tradicionales sin que tengan que huir al extrarradio o a la provincia?

¿Han aprendido a trabajar las administraciones turísticas de manera coordinada, uniendo ofertas y presupuestos para llegar más y mejor? Me asaltan dudas y las preguntas me cercan buscando respuestas, respuestas que hemos de encontrar de

manera urgente entre todos sin despotismo ilustrado pues si no, señores, la hecatombe está servida, estuvimos a punto de morir de éxito hace años.

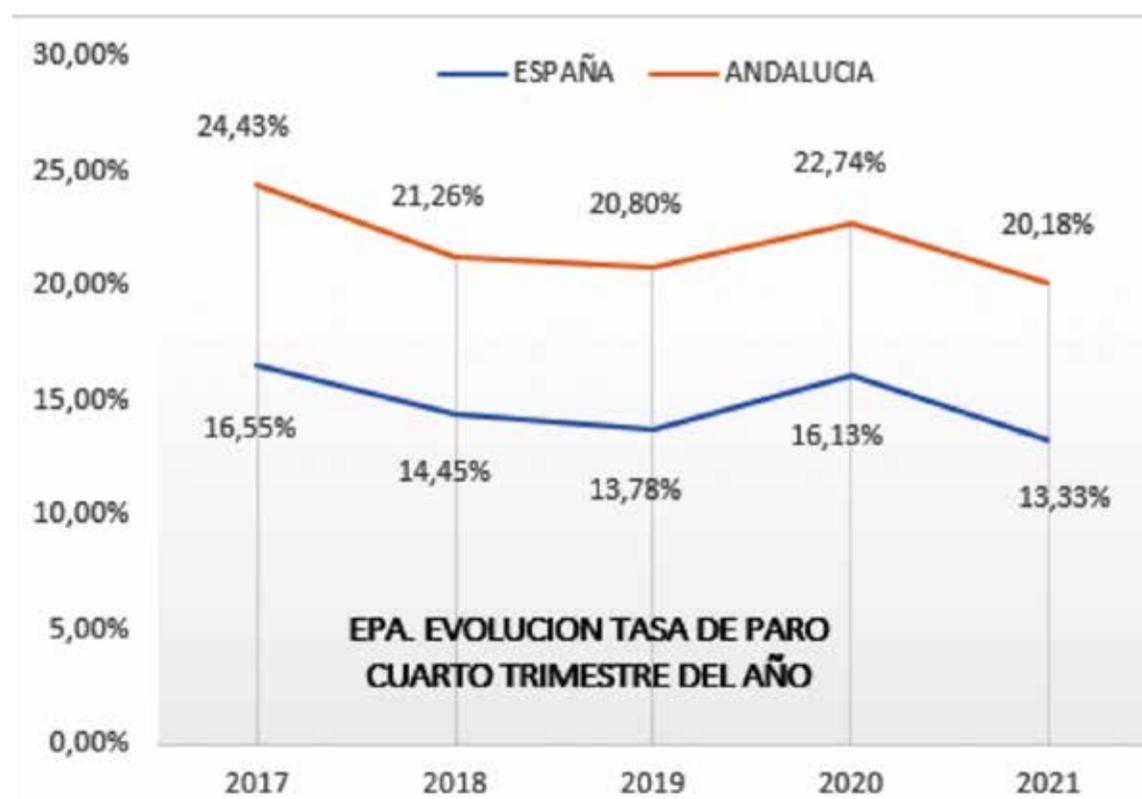
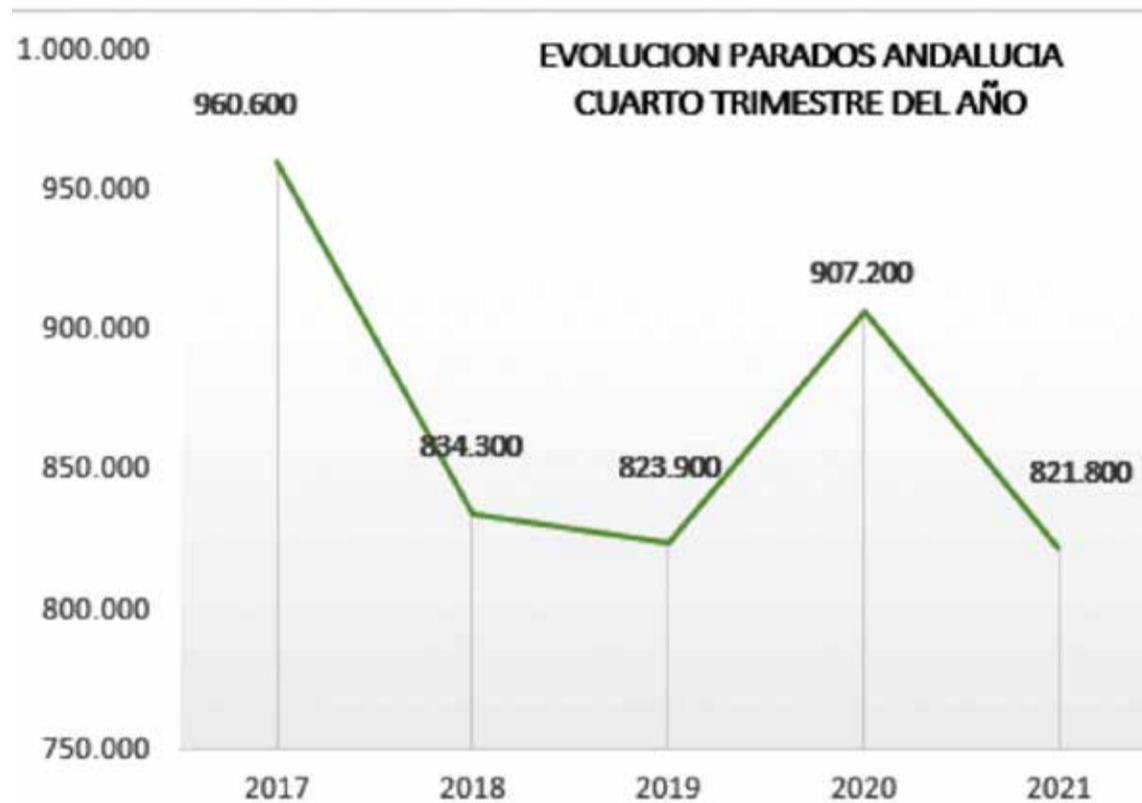
El éxito se plasmó en miles de turistas que inundaban nuestro centro urbano de manera inmisericorde convirtiendo la ciudad en un decorado y nosotros en actores de un sainete o de una tragedia-comedia.

Es tiempo de reflexionar y trabajar pues no todo es crecer y crecer, no todo son números vacíos de crecimiento económico y sostenibilidad; ¿que tal trabajar por la calidad?, por lo único, por lo excelente, por aquello que nos hace diferentes y que podemos rentabilizar de mejor manera.

Llega un medio a nuestra región y un medio siempre es una ventana abierta a la vida a la comunicación, a la colaboración, a la puesta en común de deseos y valores. Tribuna de Andalucía nace y los profesionales del sector turístico te desean lo mejor, larga vida y prosperidad. ¡¡Bienvenidos!!



CEA celebra los datos positivos para Andalucía, a la cabeza de la creación de empleo en todo el país



► Para la patronal andaluza, la recuperación de los niveles de ocupación, -la tasa de paro cae al 20,18%-, está ligada a la eliminación de las restricciones por la pandemia, que ha dinamizado la actividad empresarial. La alta cifra de ocupados debe verse acompañada por medidas que estimulen la inversión para permanecer en esta senda de crecimiento

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Andalucía es la Comunidad Autónoma en la que, en términos absolutos más se incrementa el número de ocupados y más desciende la cifra de parados. Así lo refleja la última Encuesta de Población Activa (EPA) del INE. Nuestra región lideró el aumento de ocupados en el último trimestre de 2021: Andalucía cuenta con 3.249.800 ocupados; 102.300 más que en el tercer trimestre de 2021 (+3,25%), y 166.800 ocupados más que en el cuarto trimestre de 2020 (+5,41%). La tasa de paro en Andalucía es del 20,18%; la de España, 13,33%.

Nuestra Comunidad es también la que registra el mayor descenso de parados: 87.500 parados menos que en el anterior trimestre (-9,62%), y 85.500 menos que en el cuarto trimestre de 2020 (-9,42%). Cádiz es la única provincia en la que se produce un descenso del número de ocupados respecto al trimestre anterior, así como un aumento en la cifra de parados. Por sectores, el de la Construcción es el único con un aumento de ocupados respecto al anterior trimestre.

Para la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) estos son datos muy positivos. Se describe una mejoría del mercado de trabajo con relación directa con la liberación de las restricciones y de las limitaciones a la actividad empresarial; esto está contribuyendo a la recuperación, a pesar de la persistencia de la

crisis sanitaria. No obstante, el fuerte incremento de los contagios por la variante ómicron entre los trabajadores está teniendo efectos en la capacidad productiva de las empresas.

En consecuencia, cabe sostener que el mejor impulsor del empleo está en la generación de estímulos que favorezcan la actividad económica. Por ello, siempre será necesario implementar las medidas de reforma laboral recientemente aprobadas con otras que incentiven la inversión y la capacidad productiva de las empresas.

El nuevo marco legal para las relaciones laborales y la negociación colectiva surgido de la reforma laboral consensuada en diciembre puede contribuir a un crecimiento del empleo en la medida en que prioriza la adopción de medidas internas de flexibilidad para una mejor adaptación de las empresas a las necesidades productivas. También puede dotar de mayor estabilidad al mercado de trabajo al acotar el recurso a la contratación temporal a las exigencias de los mercados.

No obstante, para que esto sea factible es absolutamente necesario evitar un incremento injustificado de los costes laborales y propiciar un contexto económico, financiero y fiscal que motive las decisiones estratégicas de las empresas en materia de contratación y en formación. Todo ello redundará en la mejora de la empleabilidad de las personas trabajadoras y en definitiva de la creación de empleo.

Enero repite como mal mes para el empleo y los autónomos

DATOS MEDIOS ANDALUCÍA, ENERO 2022

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, DICIEMBRE 2021- ENERO 2022

	DICIEMBRE 2020	ENERO 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	61.649	61.428	-221	-0,4
CÁDIZ	64.599	64.331	-268	-0,4
CÓRDOBA	54.251	54.009	-243	-0,4
GRANADA	67.554	67.348	-206	-0,3
HUELVA	28.936	28.808	-129	-0,4
JAÉN	42.400	42.194	-206	-0,5
MÁLAGA	127.229	126.399	-830	-0,7
SEVILLA	116.750	116.301	-449	-0,4
ANDALUCIA	563.369	560.817	-2.551	-0,5
ESPAÑA	3.328.398	3.312.234	-16.164	-0,5

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

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, ENERO 2021- ENERO 2022

	ENERO 2021	ENERO 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	60.751	61.428	678	1,1
CÁDIZ	62.543	64.331	1.789	2,9
CÓRDOBA	53.254	54.009	755	1,4
GRANADA	65.764	67.348	1.583	2,4
HUELVA	28.221	28.808	587	2,1
JAÉN	41.789	42.194	405	1,0
MÁLAGA	122.279	126.399	4.120	3,4
SEVILLA	113.785	116.301	2.516	2,2
ANDALUCIA	548.384	560.817	12.433	2,3
ESPAÑA	3.271.408	3.312.234	40.826	1,2

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

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Los datos publicados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, desvelan que el comportamiento del trabajo autónomo en Andalucía,

durante el mes de enero ha sido negativo al descender en 2.551 afiliados a RETA, registrándose en la comunidad un total de 560.817 autónomo.

“El trabajo autónomo de Andalucía”, declara el presidente de la Asociación de Trabajadores

Autónomos de Andalucía (ATA-A), Rafael Amor, “se ha comportado en este mes de enero, como lo ha hecho en años anteriores, con descenso de autónomos y empleo”. “A pesar de que todos los inicio de año son malos y conllevan una pérdida del tejido

productivo con la finalización de la campaña navideña, este año hemos superado el registro de años anteriores, se han cerrado 2.551 negocios en Andalucía lo que significa que la situación de la actividad económica del trabajo autónomo sigue siendo complica-

da y que aún no ha recuperado los niveles previos a la pandemia” ha señalado el presidente de la Asociación de Trabajadores Autónomos de Andalucía, Rafael Amor.

ATA-A ha indicado que todas las provincias andaluzas han registrado pérdidas de trabajadores por cuenta propia, siendo Málaga la más perjudicada (-830), seguida de Sevilla, con una bajada de 449 autónomos, Cádiz (-268), Granada (-206), Córdoba (-243), Jaén (-206), Huelva (-129) y Almería con 221 autónomos menos registrados en RETA.

Según el género, el descenso de personas trabajadoras autónomas, ha sido más intenso en las actividades lideradas por trabajadores autónomos con 1.673 (-0,5%) frente al de las mujeres autónomas que ha descendido en 879 afiliadas (-0,4%).

Por sectores, son hostelería (-476), Comercio (-976) construcción (-317) y actividades profesionales, científicas y técnicas (-148) los que mas sufren el descenso de afiliación

Con respecto al desempleo, el número de parados registrados en el mes de enero en Andalucía ha aumentado en 19.924 personas, lo que supone que el número total de desempleados en la región se sitúe en 805.565.

También la afiliación a la Seguridad Social baja en Andalucía en 31.741 ocupados (-0,98%) situándose esta en 3.222.209 ocupados.

“A pesar de que repetimos otro mal mes de enero para el empleo y los autónomos, en este 2022, además, se incrementa la cifra y es muy evidente que el contexto en el que desarrollamos nuestra actividad con elevados y continuos costes energéticos, carburantes, cotizaciones de costes laborales incremento no ayudan en nada y menos aún la incertidumbre que genera los continuos rumores de incrementos impositivos en el ámbito nacional. Los dirigentes de cualquier territorio deben sopesar previamente, el alcance de la aplicación de cualquier medida en términos de generación de empleo y actividad económica”, ha señalado el presidente de la Asociación de Trabajadores Autónomos de Andalucía, Rafael Amor.



Sánchez Rojas pide un cambio en la gobernanza de los fondos UE para implicar a las empresas en su gestión

► El presidente del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio asegura en un foro de debate sobre estos fondos que “la gran revolución pendiente es la de acabar con la maraña burocrática”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El presidente del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio de Andalucía, Javier Sánchez Rojas, ha participado en el foro de debate sobre los fondos europeos Next Generation celebrado en Sevilla donde ha llevado la voz de la red cameral andaluza para mejorar la gestión de estos recursos fun-

damentales para la recuperación y el futuro del tejido empresarial andaluz.

Javier Sánchez Rojas ha reclamado la eliminación de trabas burocráticas y ha ofrecido a las administraciones la cooperación de la Cámaras andaluzas en la gestión para que estos recursos lleguen a las empresas. Asimismo, ha subrayado que la gran revolución pendiente es acabar con la maraña burocrática

y evitar que se devuelvan ayudas empresariales por las dificultades para su ejecución, como ha ocurrido recientemente con 370 millones para la solvencia empresarial que no han se han adjudicados por las exigencias y requerimientos imposibles de cumplir.

Según el presidente de la cameral andaluza, “hay que cambiar la gobernanza en la gestión de los fondos europeos para implicar

a los agentes socioeconómicos y a las empresas, y tanto la CEA como las Cámaras andaluzas tenemos la conexión y capilaridad necesarias para llegar a las microempresas”.

En la mesa de debate de este foro, que ha sido inaugurado por el consejero de Presidencia y portavoz del Gobierno andaluz, Elías Bendodo, han participado también el presidente de la CEA, Javier González de Lara, el presidente

Sánchez Rojas ha reclamado la eliminación de trabas burocráticas y ha ofrecido a las administraciones la cooperación de la Cámaras andaluzas en la gestión para que estos recursos lleguen a las empresas

de Corporación Tecnológica de Andalucía, Francisco Mochón, el presidente de DCOOP, Antonio Luque, el presidente de Andalucía Aerospace, Antonio Gómez, y el alcalde de Estepona, José María García Urbano.



Los jóvenes empresarios se plantan ante la subida del SMI

► La Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) se une al rechazo de la propuesta planteada por el Ministerio de Trabajo y Economía Social

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
COE y Cepyme rechazaron, por unanimidad, la propuesta de subir nuevamente el Salario Mínimo Interprofesional (SMI) hasta los 1.000 euros.

A un contexto de plena incertidumbre, en el que los jóvenes empresarios se han visto fuertemente afectados, se une una nueva propuesta que hace peligrar

la supervivencia y la creación de negocios por parte de los jóvenes en España. En este sentido, la patronal que representa a todos los jóvenes empresarios menores de 41 años en nuestro país, se ha posicionado en contra de un nuevo alza del salario mínimo interprofesional, puesto que esto supondría una nueva presión en los costes de las empresas y una caída notable de la productividad.

AJE recuerda que la recupe-

ración económica de España pasa por el levantamiento de todas las empresas que se vieron deterioradas durante el boom de la pandemia. Empresas a las que no se puede dejar atrás y que sobreviven todavía con el agua pegada al cuello. Es por ello que una nueva subida del SMI se traduciría en un aumento de los costes laborales, que unido a otras trabas como la subida de la luz, el coste de la productividad, la inflación, etc.

podrían afectar a la futura creación de empleo y al fomento del emprendimiento.

El paro juvenil sigue siendo uno de los principales retos a los que se enfrenta España, y los emprendedores son los que están consiguiendo disminuir las preocupantes cifras en las que se sume el país hoy. En lugar de estar facilitando el camino de aquellos que tratan de contribuir con el enriquecimiento del tejido productivo español, se les presenta un nuevo inconveniente económico con el que no pueden lidiar.

AJE entiende que el Gobierno no está escuchando las necesidades de los empresarios, es-

pecialmente de los pequeños y medianos negocios, a los que un cambio así afectaría brutalmente, ya que desde 2019 han asumido una subida del 30% en el SMI.

El alza, del 3,62%, es totalmente inasumible para aquellos jóvenes que, con ilusión, se lanzan al emprendimiento en un país que ha demostrado tener un gran ecosistema, favorable para la actividad empresarial.

Esta nueva medida que propone el Gobierno va en contra de sectores debilitados como la agricultura y la hostelería y de más de 3 millones de empresas de las cuales el 95% son microempresas.



De izquierda a derecha: Eduardo Cambil, Action Coach; Ángel Martín, Cajamar; Juan Carlos Arce, Campofrío; Fernando Seco, vicepresidente ejecutivo de CESUR; Eugenio Barroso, MP Corporación; Cristóbal Sánchez, secretario general de Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía; Javier Ceballos, Join&Win, y Roberto Puente de Join&Win.

Los empresarios señalan a la productividad como la clave para la competitividad

► Con el plan CRECE Industria, se están poniendo en marcha actuaciones que aumentarán la productividad de las actividades manufactureras”, Cristóbal Sánchez, secretario General de Industria

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA La productividad empresarial es elemento clave de la competitividad de una industria y de su permanencia en el tiempo. Todo ha de ser medido y depende de la actitud de liderazgo no solo de los directivos de una compañía sino del conjunto de los empleados de la misma. Esta es una de las principales conclusiones de la jornada “Cómo mejorar la productividad en la empresa”, organizada por CESUR, con la colaboración de Cajamar, que se celebró en la Fundación Cajasol.

Analizar y establecer las pautas y tips claves para mejorar la productividad en base a la realidad empresarial y social actual son los objetivos de la celebración de esta jornada a la que han asistido socios y empresarios de CESUR y CAJAMAR, y que ha contado

con la participación de Cristóbal Sánchez, secretario general de Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía, así como de grandes expertos en la materia.

En la ponencia ofrecida por Roberto Puente, presidente de Join&Win, “Productividad Industrial Clásica”, ha señalado que “la mejora de la productividad de nuestra industria es el camino para mejorar la competitividad en un mercado cada vez más dinámico y complejo” y añade “mejorar la eficiencia productiva implica definir metodologías de medición de la productividad porque lo que no se puede medir no se puede mejorar”.

Así, ha manifestado que “cuando una empresa alcanza la productividad deseada el siguiente paso es la aplicación de la tecnología y la innovación”. Es precisamente en este punto en el que ha incidido Javier Ceballos, socio director de Join&Win, quien ha

señalado en la ponencia que ha ofrecido “Productividad de Alto Rendimiento” que “ha llegado el momento del Data Fabric que junto con el IoT nos puede generar contacto permanente con los clientes”.

Una vez concluidas las ponencias, ha tenido lugar una mesa redonda moderada por el director de Action Coach, Eduardo Cambil, en la que Sergio González, director de Unidad de Negocio de Emergencias Iturri, ha afirmado que “la gestión de la productividad debe iniciarse desde dentro de la fábrica, no desde la oficina para entender de primera mano qué sucede en la planta y por qué”.

Esta mesa redonda ha contado también con la participación de Juan Carlos Arce, director de Operational Excellence de Europa en Campofrío quien ha destacado la importancia de “integrar la productividad en todos los sectores



De izquierda a derecha: Sergio González, de Grupo Iturri; Juan Carlos Arce, Campofrío; Eduardo Cambil, Action Coach; Eugenio Barroso, MP Corporación.

que interviene en la cadena empresarial, desde la planta a los consumidores”. Eugenio Barroso, CEO de MP Corporación, ha afirmado que “para nosotros la productividad es como una religión, es una virtud que nos empuja hacia la mejora continua”.

El secretario general de Industria y Minas de la Junta de Andalucía, Cristóbal Sánchez, quien ha concluido la jornada, ha insistido en que la mejora de la productividad es, precisamente, la diana sobre la que la Junta de Andalucía está actuando para la mejora de la competitividad de la industria en la región. Así, con el Plan de Acción CRECE Industria, se están poniendo en marcha “medidas de planificación económicas encaminadas al aumento de la intensidad

de innovación, el peso de la gran empresa y el capital productivo, actuaciones que, a buen seguro, aumentarán la productividad de las actividades manufactureras”.

A su juicio, “esta lógica de intervención se basa en el desarrollo de un enfoque proactivo de política industrial transformadora, generadora de confianza, basado en las iniciativas públicas y privadas y en la colaboración entre ambas, que acompañe a las empresas a salir reforzadas de la crisis económica y se dirija a impulsar el fortalecimiento y crecimiento de las cadenas de valor industriales que se desarrollan o pueden desarrollarse en Andalucía, así como su circularidad, oportunidades de digitalización e integración en cadenas globales”.

ENTREVISTA

ROCÍO BLANCO EGUREN
 CONSEJERA DE EMPLEO
 FORMACIÓN Y TRABAJO
 AUTÓNOMO DE LA JUNTA
 DE ANDALUCÍA

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Su consejería ha repartido más de mil millones de euros en 2021 a empresas, autónomos y trabajadores por cuenta ajena. ¿Cómo ha sido posible?, ¿qué marca la diferencia con el modo de gestionar de anteriores legislaturas?

Cuando llegamos a la Consejería constatamos el pésimo funcionamiento de los incentivos al empleo, con líneas que tardaban años, casi una década, en gestionarse, otras en las que apenas había solicitudes por el mal diseño que tenían, o medidas que podían ser buenas, pero nacían con una dotación presupuestaria tan escasa, que apenas llegaban a nadie.

Después de un primer año en el que nos centramos en diseñar un sistema muy ágil y automatizado para que las ayudas llegasen a los trabajadores autónomos de forma rápida, -porque un negocio cerrado o con sus ventas hundidas, o un empleado en ERTE con dudas sobre su futuro inmediato no pueden esperar-, tuvimos que asumir, posteriormente, retos de gestión como las ayudas estatales a la solvencia por valor de 1.109 millones, las ayudas al mantenimiento de empleo en empresas con ERTE y la ayuda sociolaboral de 210 euros. Todas ellas, con un espectro masivo de eventuales beneficiarios. Prácticamente en sólo tres trimestres del pasado año, se gestionaron más de 575.000 ayudas a empresas, autónomos y trabajadores por cuenta ajena, que supusieron poner en la calle 1.018 millones de euros. Si esto ha sido posible, ha sido gracias al equipo directivo, que tiene un proyecto de cambio y a los compañeros, a los trabajadores de la Consejería, que se han identificado con las reformas que nos ha situado a la vanguardia de la gestión automatizada de ayudas, y han hecho un enorme esfuerzo de gestión porque estás llegaran en tiempo y forma a quienes iban dirigidas. Todo ello nos ha permitido ser capaces de tramitar un expediente completo de solicitud en menos de tres meses como media (en algunas líneas, incluso en mes y medio), lo cual es un hito histórico en la conducta de la Junta de Andalucía. El personal de la Consejería conoce las muchas horas de trabajo, la enorme implicación y el tesón que se esconde tras estos resultados; un esfuerzo invisible que incluso ha implicado sacrificar tiempo de descanso y de vacaciones. El balance es muy satisfactorio para la ciudadanía y es de justicia poner en valor este trabajo.

Se han quejado repetidamente de las dificultades para gestionar las ayudas a la solvencia empresarial para pymes y autónomos, aunque desde la oposición se les ha acusado de que estaban buscando excusas ante el alto volumen de fondos que iban a devolver al Estado.



Rocío Blanco: “Hemos tramitado los expedientes de ayudas en menos de 3 meses, un hito histórico”



Estas subvenciones, mal llamadas ayudas directas por el Gobierno de España, porque no eran tal, tienen un diseño inicial complejo e inadecuado por parte Ministerio de Economía, que restringe el acceso a muchas empresas y autónomos y complica enormemente la gestión para todas las Comunidades Autónomas. La medida contiene hasta cuarenta requisitos distintos para poder acceder que nos venían impuestos por la normativa estatal. Hemos tenido que hacer un gran esfuerzo de rediseño de la medida dentro de los márgenes legales para poder resolver y pagar en tiempo, teniendo en cuenta que el plazo que se nos daba era cinco meses para gestionar 1.109 millones de euros. Hemos tenido que aplicar conocimiento y mucha innovación para abordar

una elevada y poco coherente cantidad de requisitos, y un planteamiento anticuado que nos dificultaba mucho la automatización del procedimiento. Para hacer frente a tanto escollo, creamos una Oficina Técnica en la Consejería para la instrucción de los expedientes que correspondían a seis Consejerías y diez Centros directivos distintos, y automatizamos todos los procesos que pudimos, con un volumen ingente de comprobaciones hasta 169 variables de información que han obligado a tratar más de 3 millones de registros. Pese a todo, las primeras resoluciones favorables se pagaron en menos de tres meses, y en total se han resuelto 52.870 expedientes por valor de 667,66 millones, el 74% de las resoluciones han sido para autónomos (39.124) y

el resto, 13.746, para empresas.

Todo esto ha sido gracias al trabajo de un excelente equipo humano, y de una arquitectura de automatización inteligente con más de 60 robots que trabajan 24 horas al día en la gestión de los expedientes. Estamos orgullosos de ser la primera Administración autonómica en desplegar un volumen de automatización tan significativo.

Muchas de estas ayudas han llegado a los autónomos, y es que Andalucía es líder en el número de trabajadores autónomos a nivel nacional. ¿A qué cree que se debe este liderazgo? ¿con qué otras ayudas se están impulsando el emprendimiento en Andalucía?

Es cierto que somos la comunidad autónoma con un mayor número de afiliados al RETA, con más de 563.000 autónomos, y la que más está creciendo en España, con más de 14.000 nuevos trabajadores por cuenta propia en los últimos doce meses, el 25% de las nuevas incorporaciones en todo el país, prácticamente uno de cada cuatro.

“La ampliación de la tarifa plana de autónomos ha demostrado su eficacia por eso se han sumado 5 millones adicionales en 2021 y 13,5 más para 2022”

Además, un aspecto a tener en cuenta es que sólo 91.000 de ellos tienen como mínimo un asalariado, así que imagine el potencial de generación de empleo que ello supone. Si me pregunta a qué se debe, en primer lugar, y sin ninguna duda, al empuje emprendedor que están demostrando en una situación tan delicada provocada por la pandemia. Y no me parece adecuado recurrir al argumento de que esta evolución se debe al incremento de falsos autónomos, entre otras razones porque la afiliación al régimen general de la Seguridad Social crece a un ritmo incluso mayor al de Autónomos, con lo que parece poco probable que la subida sea debida a un trasvase de uno a otro régimen. A eso hay que añadir que Andalucía les ha ofrecido un contexto más amigable, con mayor confianza, bajada de impuestos y con menor burocracia gracias a tres decretos de eliminación de trabas administrativas, a lo que se une un sistema ágil de abono de ayudas directas. En plena pandemia se llegaron a repartir más de 124.000 incentivos, y ahora también se está beneficiando a este colectivo tanto en las ayudas a la solvencia empresarial como las de mantenimiento de empleo por ERTE. En total, en los dos últimos ejercicios, se ha llegado a dar más de 210.000 ayudas

por valor de más de 424 millones de euros.

Junto a estas medidas excepcionales, la ampliación de la tarifa plana ha sido una actuación que, tras dos años de funcionamiento, nos ha demostrado su eficacia, razón por la que hemos ampliado su dotación, sumando 5 millones adicionales a los 28,6 presupuestados inicialmente en 2021, para cubrir las solicitudes con la idea de que ningún nuevo autónomo quedase fuera, y además extendiendo su vigencia hasta 2022 con otros 13,5 millones adicionales. Los incentivos al inicio de actividad de los trabajadores autónomos también han necesitado de un incremento presupuestario, desde los 9 millones de euros iniciales hasta los 34,5 millones de euros para atender a todas las solicitudes presentadas. Y hemos puesto en marcha ayudas a la conciliación y a la digitalización para el colectivo, medidas que jamás se habían llevado a cabo en nuestra Comunidad.

Conocimos hace poco los datos de evolución del empleo en Andalucía, ¿cuáles son los principales aspectos que destacaría de este crecimiento?

En muy poco tiempo han coincidido dos fotografías estadísticas, la EPA de cierre de 2021 y el paro registrado de enero, que han podido ofrecer una imagen disonante si nos atenemos a los titulares que solemos manejar, pero si las estudiamos con detenimiento vemos que las dos van en la misma dirección: hay una creación de empleo sostenida y firme a largo plazo, aunque siempre debemos tener cautela porque así nos lo indican los nubarrones macroeconómicos que no acaban de despejarse, como el riesgo de inflación, la propia influencia de los conflictos geopolíticos como el de Ucrania en los precios o, no nos olvidemos, la evolución de la propia pandemia. La EPA de cierre de 2021 nos muestra que en todo el ejercicio se habían generado 166.800 nuevos empleos, y que la ocupación se ha situado en los 3,24 millones de personas, un hito que solo se alcanzó una vez en toda la estadística, mientras que la tasa de paro ha bajado al 20,2%, un nivel que no se producía desde el tercer trimestre de 2008, cuando además se había producido un aumento de la población activa. El paro registrado de enero refleja un aumento mensual habitual en ese mes, como se puede comprobar en los últimos 17 años, al volver al desempleo los trabajadores que han tenido una contratación durante las Navidades. Lo importante es que, en el último año, han disminuido más de 182.000 desempleados, con un aumento interanual de más de 123.000 afiliados. ¿Es para estar satisfechos? Por supuesto que no. Tenemos una tasa de paro que supera en siete puntos a la española y más de 800.000 desempleados, pero volvemos al punto alcanzado en 2019 que nos permite afrontar el futuro de forma más optimista.

¿Por qué se está dando la circunstancia de que está siendo difícil encontrar profesionales para algunos sectores? ¿Qué está haciendo la Administración para dar solución a este desajuste entre oferta y demanda?

Confluyen varios aspectos dependiendo del desajuste entre oferta y demanda de empleo de cada caso. No podemos comparar la carencia de profesionales en el transporte afectada por los problemas coyunturales generados por el Covid, con la que se produce en la construcción, que arrastra un problema de falta de atractivo para los



jóvenes, o la que se produce puntualmente en alguna campaña agraria. Es también muy diferente la situación en sectores de alto valor añadido como algunas de las actividades localizadas en el PTA de Málaga.

“Todo el equipo humano de la Consejería ha hecho un gran esfuerzo. Hemos tenido que rediseñar las ayudas del estado para poder gestionarlas en plazo. 60 robots han trabajado 24 horas al día en la gestión de estos expedientes”

Nosotros hemos afrontado el problema desde dos frentes. Por un lado, estamos abordando un proceso de modernización ambicioso e integral en el SAE, que queremos que suponga un giro de 180 grados en su influencia a la hora de relacionar oferta y demanda de empleo, utilizando técnicas de inteligencia artificial y de manejo de información a gran escala. Pero para relacionar oferta y demanda también tenemos que tener un capital humano mejor cualificado, y es cierto que nuestra comunidad arrastra un problema de baja cualificación que debemos corregir. Desde las competencias de nuestra Consejería, nos hemos volcado en la Formación Profesional para el Empleo, que ha estado paralizada en Andalucía casi una década, implantando en primer lugar un sistema de escucha activa de las necesidades del tejido empresarial que hemos institucionalizado en unas mesas que hemos denominado binomio Formación y Empleo, y en la que están presentes los agentes económicos y sociales. En la práctica nos permite tener un contacto directo y constante con todos los agentes económicos para detectar y anticiparnos a esas necesidades de formación. Gracias a este sistema, ya pusimos en marcha el año pasado un programa para dar respuesta a lo planteado por el sector de la

construcción, que recoge acciones formativas para 2.355 desempleados, así como cursos de entre tres y seis meses para camioneros, con 1.400 beneficiarios previstos, o programas de formación en idiomas, en hostelería o como el de Andaluces Digitales y de tecnología 5G, que apuntan a remediar lagunas que nos pueden frenar en nuestra incorporación a la economía digital. La reactivación de la FP para el Empleo ya ha supuesto una inversión inicial de casi 50 millones de euros con una fórmula pionera de licitación pública, que

viene a sustituir a la anterior de subvenciones, dotando al proceso de mayor seguridad jurídica y agilidad, y que está permitiendo la formación de unos 23.500 alumnos. Ya estamos tramitando nuevos paquetes de licitaciones públicas por valor de 56,2 millones de euros con nuevos programas centrados en jóvenes desempleados menores de 30 años; aeronáutica; idiomas a través de teleformación; especialidades demandadas a nivel provincial; emprendedores; docencia en FP para el Empleo, por citar algunos.

Hablemos de futuro. ¿Con qué ayudas pueden contar los emprendedores y autónomos en un futuro inmediato?

Como he dicho, la pandemia ha marcado nuestra hoja de ruta en los dos últimos años en cuanto a nuestras distintas líneas de incentivos, porque nuestra prioridad era contribuir a sostener el tejido productivo y amortiguar la pérdida de rentas en los colectivos más castigados por la crisis. Pero ahora queremos centrarnos en afianzar la recuperación y dirigirnos a intentar solucionar los problemas estructurales que padece de la economía andaluza y su mercado de trabajo como la alta tasa de paro juvenil, la reducida productividad, la baja cualificación de las personas, la excesiva temporalidad y rotación de los contratos. Por eso estamos diseñando medidas muy concretas dotadas con más de 200 millones de euros, algunas dirigidas a los menores de 30 años, como un programa para la activación del empleo joven en Andalucía, centrado en mejorar la empleabilidad y las oportunidades laborales de los jóvenes andaluces a través de la experiencia profesional y nuevos incentivos a la contratación con carácter indefinido, tanto para jóvenes desempleados como con otro rango de edad, a tiempo completo o a tiempo parcial.

En paralelo, seguiremos reactivando y reforzando las actuaciones de Formación Profesional para el Empleo y las medidas de apoyo a los trabajadores autónomos y la economía social, para ayudarles a que afronten retos como el de la digitalización. En todo caso, la mejor política de empleo será mejorar la empleabilidad de las personas y aumentar la dimensión y productividad del tejido productivo andaluz. En ello influyen múltiples variables internacionales, nacionales y regionales, en las que colaboran todas las políticas de la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo. Y es que, no hay crecimiento más social que la creación de empleo.

Rocío Blanco Eguren



Nacida en Córdoba en 1966, Rocío Blanco se licenció en Derecho en la Universidad de su ciudad natal, y entró en el Cuerpo de Inspectores de Trabajo en 1993. En 1997 fue nombrada Directora Provincial del Instituto Social de la Marina

en Málaga, cargo que ocupó durante quince años.

En 2012 recibió la llamada de la Tesorería General de la Seguridad Social para hacerse cargo de la dirección en la capital malagueña. Tres años más tarde se le entregó la Cruz al Mérito Policial por la labor realizada en la lucha contra el fraude. Se incorpora al gobierno de cambio en Andalucía para dar un giro radical a las políticas de empleo y formación.

Empleo respaldó el mantenimiento de 176.000 empleos de empresas afectadas por ERTE



La subvención está ligada a un indicador llamado factor de actividad, y en la práctica supone una cuantía de 505 euros al mes por empleo subvencionado durante un máximo de cuatro meses

► Ha resuelto favorablemente más de 55.400 solicitudes en un plazo de sólo tres meses por un gasto superior a los 252,7 millones

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Los incentivos puestos en marcha por el Servicio Andaluz de Empleo, adscrito a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo, para mantener el empleo en empresas afectadas por Expedientes de Regulación de Empleo (ERTE) ocasionadas por la pandemia han beneficiado a un total de 176.795 trabajadores en las dos convocatorias desarrolladas hasta el momento, cifra que representa el 6,7% del total de asalariados de Andalucía en ese mismo periodo.

En total, el SAE ha resuelto de manera favorable un total de 55.455 solicitudes de las 73.465 recibidas, al cumplir éstas con los requisitos establecidos, lo que ha supuesto una cuantía superior a

252,7 millones de euros, el 94% de la dotación presupuestaria disponible en ambas convocatorias, y un importe medio concedido de 4.557 euros por solicitud.

Estas ayudas estaban dirigidas a empresas con una plantilla media de hasta 20 trabajadores en el último año, con uno o varios centros de trabajo ubicados en Andalucía, y que desde el 14 de marzo de 2020 se hubieran acogido a un ERTE de Fuerza Mayor o causas ETOP (Expedientes de Regulación de Empleo por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción), en ambos casos relacionadas con la pandemia.

Como empresas, se incluye a toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica, incluidas autónomos y entidades sin

El 53,8% de los beneficiarios de las medidas han sido trabajadores autónomos (un total de 29.828 trabajadores) y el 46,2% han correspondido a empresas (25.627)

ánimo de lucro. Estas empresas han de tener, al menos, una persona trabajadora en alta por cuenta ajena independientemente del

porcentaje de jornada. El 53,8% de los beneficiarios de las medidas han sido trabajadores autónomos (un total de 29.828 trabajadores) y el 46,2% han correspondido a empresas (25.627).

La medida se ha diseñado y aplicado automatizando los procedimientos de control de la información y posterior pago, de manera que los solicitantes no han tenido que aportar ningún documento acreditativo de los requisitos incorporados en la medida. De esta forma, los pagos se realizaron en un periodo muy corto de tiempo, tan solo tres meses después de cerrarse la presentación de solicitudes en la primera convocatoria, y se redujo a dos meses en la segunda convocatoria.

505 euros por mes y trabajador

La subvención está ligada a un indicador llamado factor de actividad, y en la práctica supone una cuantía de 505 euros al mes por

empleo subvencionado durante un máximo de cuatro meses. El tope máximo de la ayuda alcanza los 30.300 euros.

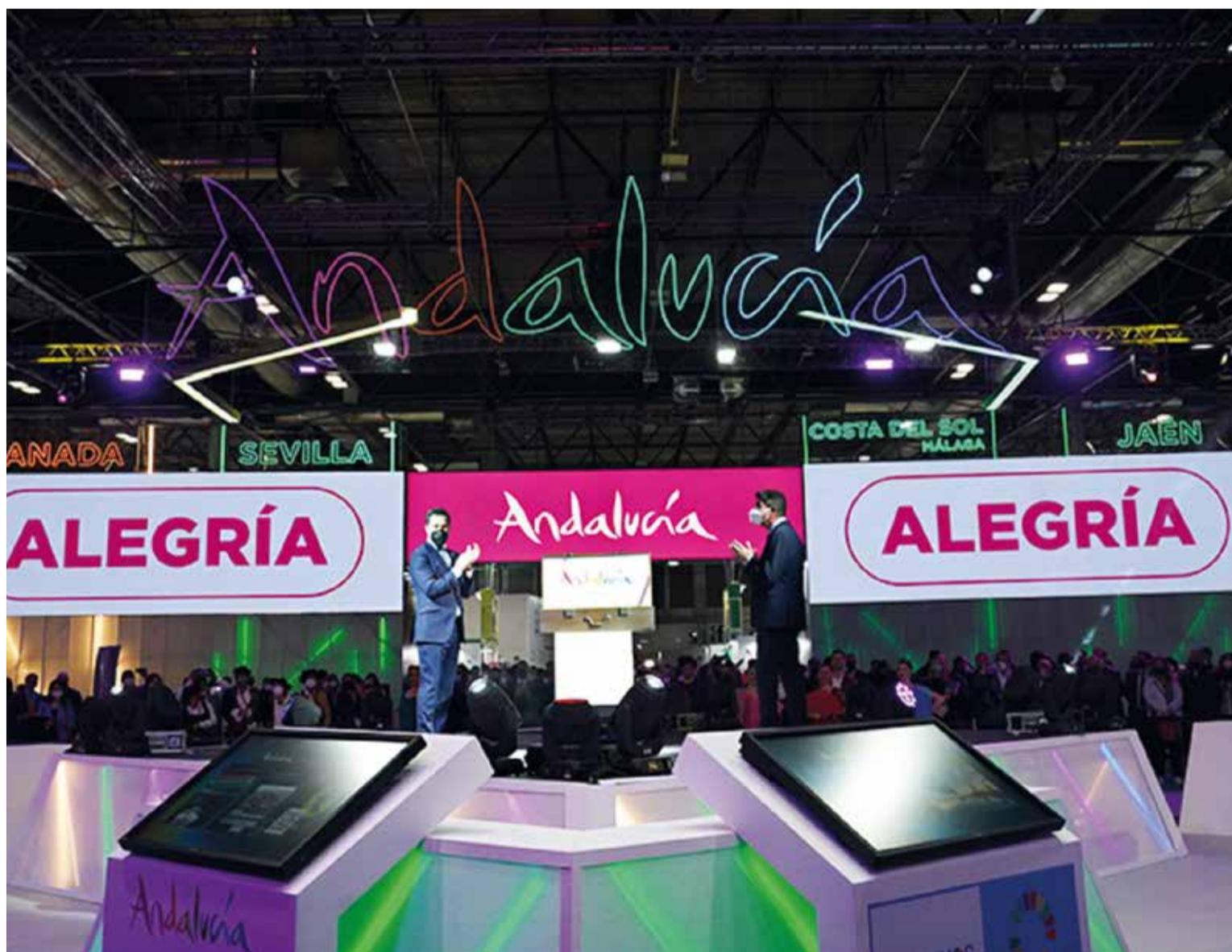
El factor de actividad es calculado de oficio por el SAE y representa el número de trabajadores en alta a jornada completa más la parte proporcional de jornada de los trabajadores a tiempo parcial. Si el factor de actividad es menor o igual a 5 trabajadores en alta, la ayuda resultante que recibe la empresa corresponde a multiplicar el 65% de este índice por 2.020 euros. Si el factor de actividad es mayor de 5 trabajadores en alta y hasta 20, que es el tope máximo para recibir la ayuda, se multiplica el 75% de este índice por 2.020 euros.

Las beneficiarias deben mantener el cien por cien del nivel de empleo subvencionado (65% o 75% del factor de actividad), al menos cuatro meses, desde que se computó el cálculo del factor de actividad inicial, y la ayuda será compatible con otras de cualquier administración para la misma finalidad siempre que no supere el coste total de la actividad subvencionada.

Por ramas de actividad, son los “establecimientos de bebidas”, seguido de “restaurantes y puestos de comida” y “peluquerías y otros tratamientos de belleza” los que aportan un mayor número de trabajadores agregados en ambas convocatorias. En cuanto a la distribución por provincias, son Sevilla y Málaga las que concentran un mayor número de resoluciones y cuantía (43% y 46%, respectivamente).

Andalucía, primer destino turístico de España

► Moreno ha puesto en valor la fortaleza del sector turístico a pesar de los momentos tan complicados que hemos atravesados con motivo de la Covid-19 como así lo demuestran los datos y es que la comunidad andaluza recibió en 2021 cerca de 20 millones de turistas



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El presidente de la Junta, Juanma Moreno, ha afirmado que Andalucía ha conseguido un hito histórico al cerrar el año 2021, por primera vez, como primer destino turístico del país superando al resto de comunidades, incluyendo a Cataluña, Canarias y Baleares que tradicionalmente sumaban más estancias hoteleras, a la vez que se ha mostrado convencido de que este sector, que ha sido gravemente afectado por la pandemia, volverá a dar una lección de superación en cuanto la situación se estabilice.

"Andalucía está en mejor

disposición que ninguna otra comunidad autónoma para seguir avanzando en la recuperación económica. Nuestro liderazgo en turismo nacional nos ha otorgado esta primera plaza y, aunque seguimos por debajo de los valores precrisis, nos podemos sentir más que orgullosos del esfuerzo realizado por el sector", ha agregado.

Moreno ha puesto en valor la fortaleza del sector turístico a pesar de los momentos tan complicados que hemos atravesados con motivo de la Covid-19 como así lo demuestran los datos y es que la comunidad andaluza recibió en 2021 cerca de 20 millones de turistas, lo que supone un crecimiento

con respecto al año anterior de un 48,4%. Además, a ello se suma que es la que más aporta al aumento de puestos de trabajo de la hostelería española con 45.900 de los 183.000 nuevos puestos y que el pasado año ocupó la quinta posición en el ranking de llegadas de pasajeros en España con una cuota del 11,3%.

De este modo, ha apuntado que Andalucía ha recuperado más de un tercio del turismo perdido durante la pandemia y que, aunque se mantiene aún lejos de la cifra récord alcanzada en 2019, volverá a batir sus propios registros máximos muy pronto con una oferta diversificada, segura, inclusiva

sostenible e inteligente.

El presidente andaluz ha asegurado que el Turismo es una pieza clave en la recuperación económica y social de Andalucía por lo que el Gobierno andaluz está poniendo todo el esfuerzo por impulsar y recuperar este sector escuchándolo y poniéndoselo fácil para que proyectos e inversiones lleguen a buen puerto, ayudando en lo posible a superar estos dos años de pandemia y apostando por el turismo que viene y que debe tener como claves la sostenibilidad y digitalización.

En este punto, ha señalado que esta comunidad apuesta por un Turismo responsable medioambientalmente y altamente tecnolo-

gizado que aproveche las ventajas competitivas que ofrecen las innovaciones y para ello el Ejecutivo ha trazado una hoja de ruta con el Plan META que cuenta con una inversión global hasta 2027 de 717,4 millones de euros y también con una Unidad Aceleradora de Proyectos que están captando y agilizando inversiones muy importantes. A ello se unen medidas como la aprobación de un Proyecto de Ley para impulsar la modernización de alojamientos turísticos y un Decreto Ley de clasificación por puntos de los establecimientos hoteleros o el ecosistema innovador de primer nivel en torno al turismo que se está promoviendo para dar un salto cualitativo que nos aporte valor añadido.

El presidente andaluz ha asegurado que el Turismo es una pieza clave en la recuperación económica y social de Andalucía, por lo que el Gobierno andaluz está poniendo todo el esfuerzo por impulsar y recuperar este sector

Asimismo, ha incidido en que una de las prioridades del Gobierno andaluz ha sido, desde el primer momento, la de ayudar a las empresas y a los profesionales para que pudieran mantener sus negocios después de meses de paralización de la actividad para lo que se han aprobado más de 130 millones de euros de ayudas directas destinadas a agencias de viaje, guías turísticos, alojamientos hoteleros y empresas de turismo activo.

Moreno ha subrayado que la estrecha colaboración que existe con este sector para acelerarla la transformación de la industria turística andaluza diversificando aún más la oferta, apoyando la digitalización de las empresas, impulsando un emprendimiento rural que permita frenar la despoblación y poner en valor todos los atractivos turísticos de los distintos rincones de esta comunidad, ayudando a que el empleo que se genera sea de mayor calidad e introduciendo el criterio de sostenibilidad en cada propuesta y actuación.



Juan Marín: “Este año queremos alcanzar los 26 millones de turistas”

ENTREVISTA

JUAN MARÍN

VICEPRESIDENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA Y CONSEJERO TURISMO, REGENERACIÓN, JUSTICIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El vicepresidente de la Junta de Andalucía hace un balance de la participación en la cita anual de Fitur, celebrada el pasado mes de enero. Asimismo, se muestra optimista ante un 2022 que promete ser un buen año turístico para la región, centrada ahora en su diversificada oferta.

2019 fue el mejor año de la serie histórica del turismo en Andalucía, sin embargo, la pandemia hizo que las cifras de estos dos últimos años se alejaran bastante de esas cantidades. ¿Será 2022, por fin, el año de la recuperación turística?

La fortaleza y resistencia mostrada por la industria turística de Andalucía durante los dos últimos años, en unas circunstancias enormemente difíciles, ha sido impresionante. Pero estamos convencidos de que más llamativa aún va a ser la recuperación, como lo ha sido en el pasado 2021 en el que nos hemos posicionado como el primer destino español. Andalucía afronta los

retos a los se enfrenta el mercado turístico en la actualidad con una oferta diversificada, segura, inclusiva, sostenible e inteligente, que nos hace estar plenamente preparados para situarnos en una posición privilegiada como uno de los principales destinos del mundo.

Sin embargo, y a pesar de que 2021 no alcanzó la cifra récord, Andalucía contó con 20 millones de viajeros. ¿Satisfecho con estos números?

Dado el contexto y la situación que atraviesan muchos destinos, hay que valorar que Andalucía haya alcanzado el hito histórico de cerrar el año 2021, por primera vez, como primer destino turístico del país superando al resto de comunidades, incluyendo a Cataluña, Canarias y Baleares.

Los establecimientos hoteleros de Andalucía registraron el pasado año 30,1 millones de estancias, cerca del doble de las contabilizadas en 2020, siendo por tanto la región española que más estancias recibió.

Los más de 20 millones de turistas que llegaron a Andalucía suponen haber recuperado más de un tercio del turismo perdido durante la pandemia y, aunque aún estamos lejos del récord de 2019, volveremos a batir registros máximos.

¿Qué objetivo tenemos en este sentido en 2022? ¿Superaremos esas cifras?

Sin duda. En un momento tan complicado esta industria ha conseguido crecer gracias a los empresarios y los profesionales, por lo que, si las circunstancias no lo impiden, en 2022 seguiremos creciendo.

Nuestras previsiones apuntan a que este año se puedan alcanzar los 26 millones de visitantes, lo que supondría recuperar el 80% de turistas que llegaron en 2019, y permitiría situarnos ya en 2023 en cifras muy similares a las que teníamos antes de la pandemia.

¿Sigue siendo el turismo el motor económico de Andalucía?

No solo es un motor económico, por aportación al PIB y generación de empleo, sino que el turismo es una pieza clave en la recuperación económica y social de Andalucía. Es cierto que durante la pandemia se han perdido muchos negocios, pero la rápida reactivación de la gran mayoría pone de manifiesto la excepcional talla de nuestros profesionales.

Por ello, gran parte de las iniciativas puestas en marcha desde la Consejería en este último año y medio se han dirigido precisamente a salvar el tejido empresarial y a generar un buen clima que permita empezar a crecer.

También nos marcamos el objetivo de convertirnos en un polo atractivo para quienes crean riqueza, con medidas como el decreto de clasificación hotelera, que ha desatascado 170 grandes proyectos inversores que van a movilizar más de 2.000 millones de euros y a propiciar la creación de 7.000 empleos en Andalucía.

A ello hay que unir el decreto que permite un incremento de la edificabilidad de los alojamientos hoteleros para la mejora de sus servicios, medidas que conjuntamente permitirán movilizar 4.600 millones de euros de inversión.

Acaba de celebrarse Fitur, la ansiada feria, donde Andalucía ha estado presente. ¿Hace un buen balance de la misma? A pesar de las restricciones, ¿ha sido una cita provechosa?

Ha sido un éxito, como demuestran los resultados alcanzados, ya que los profesionales del destino han duplicado los contactos comerciales realizados de media y se ha hecho negocio, que era el objetivo principal de nuestra presencia en la feria.

Es por ello que estamos muy satisfechos por la labor realizada en Fitur, que esperamos que se traduzca en un incremento de viajeros en los próximos meses y que, tal y como confiamos plenamente, contribuirá a que el presente ejercicio 2022 sea el año de la recuperación.

Cierto es que esta comunidad siempre hace un trabajo muy intenso en esta y en otras ferias. ¿En qué han basado la estrategia de participación?

Teníamos muy claro que los profesionales y las empresas de la comunidad debían ser los protagonistas. Es el momento de transformar el contexto delicado actual en un momento de recuperación económica y, para ello, hay que ayudar al sector para crear riqueza y empleo en Andalucía, generar estabilidad y responder a sus necesidades del sector”.

El objetivo de Andalucía era aprovechar esta edición de Fitur para consolidar nuestro liderazgo, exhibir la excelencia de nuestros destinos y propiciar que nuestros profesionales abran nuevas vías de negocio.

Y se ha conseguido, porque entre los profesionales andaluces, con una media de 21 contactos mantenidos, cerca del 66% de los consultados tiene buenas expectativas de que esos encuentros se concreten en negocio y casi el 82% prevén que el año será mejor que el pasado.

Usted insistía, es una feria de intercambio, de negocios, de aunar esfuerzos entre el sector público y privado, entre empresas y turoperadores para crear sinergias. Así es, precisamente, como a usted le gusta ver el sector turístico en Andalucía, ¿no es cierto?

Es lo que hemos tratado de facilitar en Fitur. Nuestro mensaje se ha centrado en la alegría que ofrece el destino al viajero y, para acercar esa alegría al cliente final, necesitamos ir de la mano de las empresas.

Para ello dedicamos el 29% de la superficie del pabellón a las reuniones de profesionales, incrementando el área de empresarios y potenciando el ‘Andalucía Hub’, que contó con una zona de coworking para 38 empresarios y es una herramienta fundamental para los profesionales, al aunar formación, conocimiento digital y contactos.

De hecho, siempre ha sido el stand más visitado de la feria...



Como no puede ser de otro modo, debido a nuestra ambiciosa presencia en este salón en el que contamos con el mayor expositor.

En Fitur 2021 el pabellón de Andalucía ha recibido más de 75.000 visitantes, una afluencia que ha superado las expectativas y que se complementa con una alta valoración del expositor por parte de los profesionales y el público general.

Pero la efectividad de la participación en la feria va más allá de estas cifras, ya que según nuestras encuestas el 98% del público general que pasó por el pabellón andaluz tiene intención de visitar próximamente Andalucía, lo que da una idea de la rentabilidad de la asistencia al certamen.

Este es un año muy importante, donde Andalucía debe seguir marcando el liderazgo turístico. ¿Cuáles son las líneas estratégicas de esta consejería para el año de la recuperación?

Las principales estrategias de la Junta vienen recogidas en el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, el documento que nos guiará en los próximos años y que ha contado para su elaboración con la participación de más de 300 profesionales.

El Plan Meta supondrá una inversión de más de 700 millones de euros y, si bien es muy razonable, se marca objetivos ambiciosos y claves para el crecimiento y consolidación del modelo turístico anual.

Objetivos como la reducción de la estacionalidad un 2% cada año (alrededor del 14% en siete años) o incrementar el número de trabajadores del sector un 2,7% anual, lo que supondría generar 50.000 empleos.

Todo ello en un marco que mantiene una fuerte apuesta por la sostenibilidad, como elemento imprescindible para el mantenimiento de la actividad turística en el futuro. Y teniendo en cuenta además la necesaria transformación tecnológica y digital del sector, así como realizando una clara apuesta por la inclusividad.

¿Historia, arte y cultura seguirán siendo la base?

Esos tres elementos que cita son fundamentales para entender Andalucía como

“El objetivo de Andalucía era aprovechar esta edición de Fitur para consolidar nuestro liderazgo, exhibir la excelencia de nuestros destinos y propiciar que nuestros profesionales abran nuevas vías de negocio”



“Las principales estrategias de la Junta vienen recogidas en el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, el documento que nos guiará en los próximos años y que ha contado para su elaboración con la participación de más de 300 profesionales”

teniendo en cuenta esta premisa?

Siempre contamos con la colaboración de los ocho patronatos provinciales de turismo, así como de ayuntamientos y otras instituciones andaluzas. En la comunidad todo el sector es consciente de que la marca Andalucía es más fuerte de forma conjunta y nos permite ser una referencia nacional e

internacional.

Fitur es un ejemplo de unidad, pero esta presentación de Andalucía como destino único se da en muchas otras ferias durante el año, así como en cualquier otra tipología de acción profesional, en las que nos acompañan provincias y municipios para hacer más evidente la complementariedad de la oferta del destino.

Además, tenemos el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, que es una muestra de nuestra apuesta no solo por esa sostenibilidad, sino por la cohesión territorial.

Hablamos de un año lleno de proyectos, de ilusión y esperanza. ¿Cuáles son esos objetivos y proyectos ineludibles para usted?

Una prioridad es seguir junto a los empresarios, profesionales y trabajadores de la industria turística, ayudarles y apoyarles en lo que necesiten, porque son los que darán empleo y bienestar a Andalucía.

Además, los principales objetivos de los planes turísticos del Gobierno autonómico serán la calidad, la digitalización, la promoción de nuestros destinos como los mejores, los más completos y los más seguros para cualquier perfil de viajero.

Todo ello bajo el paraguas de la sostenibilidad. El destino Andalucía aspira a ser referencia mundial del turismo sostenible y es precisamente la sostenibilidad el fin fundamental de todos los instrumentos de planificación, como el Plan Meta, que actualiza la mirada sobre el territorio y fomenta un consumo responsable.

destino turístico, pues representan los valores más diferenciales e identitarios de la comunidad, junto a nuestra hospitalidad y trato al viajero, que suelen ser los aspectos más valorados por los turistas.

Pero quizá sea la casi inabarcable diversidad de productos y atractivos que reúne el destino, unida a la complementariedad de estos recursos, lo que hace a Andalucía un destino único en el mundo.

Tenemos un clima envidiable que permite la visita durante todo el año, en momentos con mayor o menor concentración de viajeros; y una enorme extensión con múltiples contrastes, 1.000 kilómetros de costa, la estación de esquí más meridional de Europa o la mayor superficie natural pro-

tegida del continente.

Una oferta amplia y diversa en las ocho provincias, estructurada en todos los segmentos tradicionales, pero también en otros emergentes y en auge, al poder disfrutar de los mismos al aire libre en grandes espacios de una región que, por sí, es inmensa.

Y a ello hay que añadir las garantías que aporta el destino, no solo por su experiencia, sino por el extraordinario esfuerzo del sector por ofrecer un entorno seguro y preparado para las actuales circunstancias y las nuevas demandas

Es indudable que cada provincia tiene su propia idiosincrasia, necesidades y especificidades. ¿Es complicado crear una estrategia conjunta



ENTREVISTA

GORKA LERCHUNDI
DIRECTOR DE
MARKETING TURISMO
ANDALUZ

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Acaba usted de volver de Dubai. ¿cuáles son las propuestas que Turismo andaluz lleva a esta feria?

Se trata de un mercado en el que ya venimos desarrollando acciones comerciales desde hace años. El perfil del viajero emiratí, así como de otros países de la zona como Qatar o Arabia Saudí es interesante por su alto poder adquisitivo y por las conexiones que tenemos desde estos mercados al aeropuerto de Málaga con compañías como Etihad, Qatar o Saudia. Uno de los objetivos de esta acción comercial, aprovechando la celebración de la Expo de Dubai 2020 ha sido negociar con la compañía Emirates una conexión directa con Andalucía, o aumentar las frecuencias de Etihad. Los vínculos histórico-culturales que tenemos en común, sumado a nuestra oferta de lujo son bazas que tenemos que aprovechar para aumentar el nº de viajeros de aquella procedencia.

Llevamos ya casi dos años sin recibir turismo internacional y menos de países asiáticos. ¿por qué cree que tenemos que seguir estando en estas exposiciones o en las diferentes ferias turísticas que se hacen en el mundo?

Tras la irrupción del Covid se podría decir que todos los destinos turísticos hemos vuelto a la parrilla de salida. No es momento de relajarse y dejar de estar en mercados que, o bien estaban consolidados o bien empezaban a ser emergentes/potenciales, porque la competencia es dura. Mantener el deseo de que el viajero quiera venir a Andalucía se antoja fundamental para en cuanto puedan volver a hacerlo, su elección sea a nuestra región. Andalucía ha seguido estando presente en todas las ferias que se han celebrado de forma virtual durante la pandemia. La marca Andalucía es un referente a nivel turístico y es necesario que no pierda fuerza a nivel internacional.

Hace poco ha terminado una nueva edición de Fitur, que ha sido un éxito en comparación con el año pasado. ¿Para Andalucía ha sido una feria exitosa en cuanto al volumen de negocio?

Efectivamente así lo dicen las cifras. 7 de cada 10 visitantes que fueron a IFEMA pasaron por Andalucía. 75.000 visitantes a nuestro pabellón, miles de interacciones con los profesionales andaluces asistentes mediante citas, o bien del público final con todas las dinámicas que tuvimos en el pabellón el fin de semana. Hemos dispuesto de cámaras multi streaming en varias zonas del pabellón 5 para medir el grado de satisfacción del cliente, su estancia media, el perfil del visitante. Un pabellón inteligente porque nos preocupa saber qué sienten

Gorka Lerchundi:
“Andalucía por un turismo sostenible e inclusivo”

nuestros clientes y qué les interesa. Podríamos resumir que la alegría, hilo conductor del pabellón, ha contagiado a los visitantes al “Gran Escenario de la Alegría”.

Estamos empezando un año decisivo para el Turismo, donde se deber recuperar todo lo perdido en estos dos años de pandemia. ¿Andalucía está preparada? ¿Con que armas salimos a competir?

Creo que es importante no olvidar por lo que hemos pasado, donde mucha gente se ha dado cuenta de lo fundamental de la actividad turística como motor económico de Andalucía. Ese 14% del PIB que representaba hay que recuperarlo, pero no a costa de cualquier cosa. Estamos ante la oportunidad de seleccionar nuevos viajeros, con un gasto medio más elevado, más comprometidos con el territorio al que viajan, que lo hagan fuera de temporada alta. Parece que son los mismos objetivos con los que llevamos años soñando, pero ahora tenemos una oportunidad de hacer las cosas de otra manera. El trabajo sobre terreno que venimos haciendo generando nuevos productos y experiencias turísticas de la mano de las empresas privadas son una muestra de ello. “Andalucía, Elección Natural”, conceptualización del destino desde un punto de vista sostenible, o “Andalucía Luxury” donde abarcamos y presentamos la oferta de lujo andaluza más allá del establecimiento 5 estrellas gran lujo o el shopping son líneas de trabajo en las que estamos inmersos y que ya nos quieren “comprar” los intermediarios.

“Estamos ante la oportunidad de seleccionar nuevos viajeros, con un gasto medio más elevado, más comprometidos con el territorio al que viajan, que lo hagan fuera de temporada alta. Parece que son los mismos objetivos con los que llevamos años soñando, pero ahora tenemos una oportunidad de hacer las cosas de otra manera”

Uno de los programas estrella de la Consejería “Origen y Destino” termina en septiembre, coincidiendo con el

fin del viaje de Magallanes y Elcano hace 500 años. ¿Qué productos turísticos se ha desarrollado en torno a “Origen y Destino” y qué nos queda por conocer?

Son muchas las experiencias que se han venido ofertando desde el año 2019 que comenzó la conmemoración, aunque la llegada de la pandemia nos ha hecho perder casi 1 año y medio de la misma. Aun así, el Menú del V Centenario o la ruta Getauria – Sanlúcar de Barrameda/Sevilla serán productos turísticos que esperamos poder dejar como legado 500 años después. En este año tendremos eventos importantes para cerrar con broche de oro esta conmemoración, tenemos en agenda varios foros englobados en este programa y un Congreso en el mes de septiembre donde Sevilla, Sanlúcar de Barrameda y Guetaria se unirán para conmemorar el fin de este primer acto de circunnavegación a la tierra. Pero debemos tener en cuenta que muchos empresarios han desarrollado productos turísticos en torno a esta gesta y seguirán ofertándolos en el futuro, al igual que los productos que se han desarrollado desde Turismo andaluz.

Otro pilar en los que se ha asentado la gestión del Turismo en estos años ha sido el flamenco. ¿Cree que el flamenco sigue siendo un reclamo para el turismo internacional?

El flamenco es cultura, es tradición, es folkore, es moda, es gastronomía, y es una forma de vida, y eso es lo que debemos proyectar al viajero internacional que lo demanda. Queremos, al igual que con otros recursos/productos, que entre todas las empresas/entidades que ofertan actividades ligadas al flamenco surjan sinergias, y que de ahí saquemos un portofolio de experiencias ligadas al flamenco que podamos comercializar allá donde vayamos. Festivales, tablaos, moda, artesanía, etc vertebradas en rutas turísticas que comercialicen DMCs locales a operadores internacionales. Andalucía es flamenco es un programa que la Consejería de Turismo puso en marcha hace tres años y que nos ha servido para englobar eventos importantes y para que el flamenco estuviese presente en todas las ferias nacionales e internacionales. Este sector se ha visto muy afectado por la pandemia y por eso uno de nuestros objetivos ahora es ayudarlos a salir de la crisis en la que están inmersos. Estamos haciendo varias acciones por ejemplo en torno a la moda flamenca que tiene una enorme importancia económica y supone una referencia en el mundo entero pero que se ha sufrido terriblemente en estos dos últimos años por la cancelación de espectáculos y ferias.

Andalucía deja huella es también una apuesta importante de la Consejería de Turismo. ¿Cómo se ha revitalizado La Real escuela andaluza del arte ecuestre, sin duda una joya que parece que estaba un poco olvidada?

El caballo es santo y seña, al igual que el flamenco, de nuestra cultura. Y toda la oferta de turismo ecuestre que hay en Andalucía merecía ser “ordenada” para disfrute y mayor posibilidad de comercialización caras al visitante. “Andalucía Deja Huella”, con una marca además con mucho sentido, ha sido un gran acierto porque así nos lo trasladan nuestros partners y colaboradores. La Real Escuela en Jerez es el

buque insignia de toda esta oferta, y durante estos años creemos que la hemos impulsado y dado el valor que realmente debe tener. Pero también son importantes las numerosas yeguas que hay por los campos andaluces, o las Caballerizas Reales de Córdoba, o eventos como el Polo en Sotogrande, o las Carreras de Caballos de Sanlúcar o el Circuito Sunshine en Vejer. Qué decir de SICAB, la principal feria del caballo del mundo, o la Saca de Yeguas de Almonte. Una

de las novedades en torno a este programa es la puesta en marcha de una plataforma audiovisual (OTT) que se llama Andalucía deja Huella y en la que ya se pueden disfrutar de todo tipo de contenidos relacionados con el mundo del caballo, desde espectáculos de la Real Escuela de Arte Ecuestre hasta videos didácticos sobre las artes y oficios y tutoriales de monta y veterinaria. Esta idea surgió precisamente en la peor época de la pandemia en la que observamos que los contenidos audiovisuales que se compartían a través de las redes sociales tenían una enorme repercusión.

“El caballo es fundamental para el turismo andaluz. Hemos puesto en marcha una plataforma audiovisual (OTT) que se llama Andalucía deja Huella y en la que ya se pueden disfrutar de todo tipo de contenidos relacionados con el mundo ecuestre”

Viejas tradiciones unidas a las nuevas tecnologías. ¿Cree que el turismo está adaptado a estas nuevas tecnologías?

Trabajamos con obsesión en la digitalización del sector. En nuestra web andalucia.org y nuestro entorno Andalucía NAC



(Network and Connect) todas las empresas que así lo deseen pueden tener sus recursos digitalizados, experiencias, soportes digitales (fotos, vídeos, etc). Y qué decir de la labor de Andalucía LAB que desde hace años viene ayudando a PYMEs y micro PYMEs a formarse en nuevas herramientas de tecnología aplicada al turismo, además de ser un vivero de empresas a las que impulsamos y ayudamos a posicionarse en el mercado. En estos dos últimos años hemos impulsado los Foros de intercambio de conocimiento (FIC), que se han venido celebrando en todas las provincias andaluzas y en los que precisamente hemos propiciado que profesionales del turismo y los que trabajan con las nuevas tecnologías puedan intercambiar sus experiencias y desarrollar productos novedosos y competitivos de forma conjunta. Hay mucho talento, sobre todo entre la gente más joven, que tiene aplicaciones prácticas en el turismo.

Y por ultimo. ¿Cuál es la importancia de tener un plan como el META que cumpla los objetivos de sostenibilidad dentro de la actividad turística?

Es importantísimo tener una hoja de ruta que marque los objetivos que queremos alcanzar en los próximos años. Como decimos dentro de la empresa, lo que queremos ser de mayores. El Plan META es ambicioso, e intentaremos no desviarnos de sus líneas estratégicas porque es un trabajo de muchas horas y en el que han participado grandes expertos de la administración, así como de asociaciones y empresas privadas. Y evidentemente va de la mano de los ODS que marca la Agenda 2030 de la OMT. Turismo andaluz lleva ya años en esa senda de sostenibilidad y de investigación que nos lleve hacia el turismo del futuro. De hecho hace tres años desde la Consejería de Turismo que dirige Juan Marín empezamos a poner en marcha las Cátedras de turismo a través de convenios con la Universidad en cada una de las provincias andaluzas. Cada una de ellas investiga en un aspecto del turismo, sostenibilidad, accesibilidad, turismo interior, inteligente, industrial, patrimonial, etc. y en unos meses podrán presentar sus conclusiones que nos servirán para tomar decisiones en el futuro. Nos ha parecido siempre fundamental apoyarnos en la sociedad del conocimiento.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Andalucía ha revalidado su posición preferente en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid, en la que la comunidad ha conseguido captar a siete de cada diez visitantes a la cita turística, según el informe presentado por la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local en el Consejo de Gobierno.

En concreto, pasaron por el pabellón más de 75.000 personas (53.000 han sido visitas de profesionales mientras que 22.000, de público general), lo que supone un incremento de más

Visitaron el pabellón más de 75.000 personas, lo que supone un incremento de más del 96% respecto a las cifras de la edición anterior

Andalucía cierra Fitur con un rotundo éxito

► **El pabellón de la comunidad autónoma incrementa los asistentes en un 96% respecto a la pasada edición del evento**

del 96% respecto a las cifras de la edición anterior.

Del mismo modo, y respecto a los contactos comerciales, se ha registrado un notable aumento en la pasada edición. Los profesionales andaluces han realizado de media 21 contactos (10 de ellos nuevos) frente a los 10,7 que han mantenido los de fuera de la región (5 de ellos nuevos), lo que implica en ambos casos casi el doble de los realizados en 2021.

Además, cerca del 66% de los agentes turísticos andaluces consultados tiene buenas expectativas de que los encuentros realizados en Fitur se concreten en negocio, mientras que el 96% opina que su participación en la feria les ha sido rentable y casi el 82% prevé que el año será mejor que el pasado.

Entre los empresarios y profesionales andaluces que han visitado el stand de Andalucía, el 25,9% corresponde a agencias de viajes y touroperadores, el 12,8% a empresas dedicadas al ocio y actividades deportivas, seguidos de los alojamientos y la restauración representados ambos por el 10,8% de los encuestados. Tras ellos los organismos públicos (9,2%), portales web (6,7%) y otros tipos de actividades (17,8%).

En lo que se refiere a los agentes turísticos de fuera de Andalucía que han visitado el pabellón del destino en esta última edición, el 72% prevé que las conversaciones mantenidas en la feria se concreten en negocio, más del 81% espera que el año sea mejor que el pasado y más del 70% asegura que asistirá el año que viene.

De estos profesionales, el 52% trabaja el mercado nacional y más de una cuarta parte del total eran representantes de agencias de viajes y operadores, seguidos de organismos públicos, empresas de restauración y de servicios digitales.

En cuanto al expositor, tanto los profesionales de la comunidad como los foráneos han valorado notablemente el espacio andaluz, con una calificación superior a ocho puntos sobre diez. Los aspectos que mayor satisfacción han generado han sido la atención y el trato recibido, la zona de trabajo y la calidad y disponibilidad de la información y los contactos. Además, los agentes turísticos del exterior de Andalucía han valorado el Gran Escenario de la Alegría.

Público general

Entre el público general, que otorgó al expositor una nota de 8,4 puntos, el 79% de los visitantes afirmó que visitará Andalucía próximamente, mientras que en torno al 19% considera probable hacerlo. Los segmentos que más interés despertaron fueron litoral, cultura y naturaleza.

El pabellón, que durante el fin de semana se transformó en un espacio con múltiples actividades y propuestas turísticas para todos los perfiles de viajeros, atrajo especialmente a un público joven, ya que el 44% de las personas tenía menos de 40 años. Todas las áreas de las que pudo disfrutar el público entre el sábado y el domingo fueron valoradas con notable alto. El espacio más destacado fue el Gran Escenario de la Alegría, con una nota cercana a los nueve puntos.

A todos estos resultados hay que añadir las personas interesadas en la participación andaluza en Fitur que accedieron al contenido especial publicado en andalucia.org, con más de 12.000 usuarios registrados, lo que supone algo más del 20% del total de visitantes que tuvo el portal en este periodo.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Las oportunidades de subvenciones e incentivos disponibles para el sector hotelero malagueño han sido el eje central del IV Foro AEHCOS 'Clúster de subvenciones' celebrado este martes en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga en el marco del Salón H&T que ha reunido a autoridades y empresarios hoteleros. El director territorial de Caixabank, Juan Ignacio Zafra, ha sido el encargado de abrir este encuentro, enmarcado en la línea de trabajo iniciada por el Clúster de Empresas creado en noviembre por la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol para ayudar al sector hotelero de la provincia.

“En el contexto actual, lastrado aún por los efectos de la crisis sanitaria, los hoteleros no podemos perder oportunidades, es imperativo contar con un asesoramiento especializado como el que ofrecemos en el Clúster de Empresas de Aehcos que ayude a los establecimientos de la provincia a aprovechar las ayudas existentes, avanzar en aspectos tan necesarios como la digitalización o la sostenibilidad, con los que podemos caminar hacia la necesaria recuperación del sector”, ha reivindicado el presidente de Aehcos, José Luque.

El IV Foro AEHCOS analiza las oportunidades de ayudas e incentivos para el sector hotelero malagueño

► El proyecto 'Clúster de Subvenciones', enmarcado en el Clúster de Empresas creado por la asociación hotelera, ofrece asesoramiento a los establecimientos de la provincia

La jornada técnica ha contado con las ponencias de David Hoys, de Dyrecto; Alejandro Bardallo, de Clave 3 y Manuel Díez, de IDEL, que han puesto sobre la mesa el nuevo mapa de ayudas, la necesidad de agilizar los plazos ante las nuevas exigencias de la administración y las importantes novedades existentes para el vigente ejercicio, entre ellas, el incremento de los Fondos Feder.

“Las empresas seguirán pudiendo optar a estos incentivos regionales, con mayores cuantías este ejercicio, ya que la partida presupuestaria para el año 2022 pasa de los 57,7 millones de euros

que se han ido repartiendo anualmente en los últimos años, a los más de 94,2 millones contemplados en los Presupuestos Generales del Estado”, explicó David Hoys, director de consultoría de Dyrecto.

Por su parte, Alejandro Bardallo, de Clave 3, ha abogado por contar con el asesoramiento de personal especializado que agilice los trámites y aporte seguridad a las entidades y ha expuesto el caso de los 140.000 millones de euros de fondos Next Generation con los que está dotado el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, 70.000 millones

de ellos canalizados a través de ayudas directas. “Nos encontramos en un momento histórico, la primera partida de 10.000 millones ya está en las arcas del estado y están siendo repartidos en este mismo instante. Los fondos se están enfocando principalmente en la digitalización, la innovación y la mejora de la sostenibilidad económica y medioambiental del sistema tanto público como privado”, ha expuesto.

El director de Innovación y Desarrollo Local (IDEL), Manuel Díez, ha apremiado en su ponencia a la necesidad de adaptación de las empresas ante el nuevo escenario

y las exigencias de la administración en las nuevas convocatorias de ayudas. “El momento actual en el que se encuentran los fondos Next Generation exige agilidad y profesionalidad por parte de las empresas porque los plazos son cortos y la competencia muy alta. Además, los requerimientos de la Administración cada vez son más volátiles y, en algunos casos, no conocemos las características de las ayudas hasta el mismo momento de la publicación de la convocatoria, con poco margen”, ha comentado.

El foro también ha contado con una mesa redonda, que ha estado moderada por Elena Balbuena, responsable de subvenciones de AEHCOS.

Al igual que en el anterior foro de AEHCOS, la empresa colaboradora CEMOSA ha elaborado el cálculo de la huella de carbono de la celebración de este evento.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El turismo moderno transita por filosofías muy distintas a aquel que hizo a Andalucía famosa por los años 60 del siglo pasado. La especulación urbanística y la invasión de entornos naturales han dado paso a un turismo responsable y ligado a los objetivos de desarrollo sostenible asumidos por la mayoría de gobiernos, empresarios y viajeros. La extensa y bien reconocida oferta de sol y playa andaluza, mucho más moderna y cuidada, convive ahora con otras propuestas, cada vez más demandadas, en torno a las experiencias relacionadas con la biodiversidad, la geodiversidad, el astroturismo, el turismo científico o el agroturismo ecológico.

Otra forma de viajar interactuando con los recursos naturales y culturales practicando un consumo responsable y procurando un menor impacto sobre el medio ambiente.

Esta oferta turística está suponiendo un auténtico revulsivo para el interior de Andalucía en cuanto a que se convierte en una herramienta importante contra la despoblación y favorece la desestacionalización. Son ya muy numerosas las localidades que han empezado a poner en valor su patrimonio, su cultura, su artesanía, sus parajes naturales en torno a los cuales se han creado pequeños negocios, relacionados directa o indirectamente con el turismo, promovidos por jóvenes emprendedores locales. Negocios que por sus características pueden funcionar durante todo el año revitalizando el tejido productivo local y proporcionando puestos de trabajo de proximidad.

El turismo interior ha sido el gran motor durante los dos años de la pandemia y ha salvado de la ruina al sector. En esos momentos de tanta incertidumbre los viajeros apostaron

Andalucía apuesta por su turismo natural





decididamente por destinos que ofreciesen la seguridad del aire libre y esa tendencia se mantiene con lo que se podría decir que el turismo de interior y naturaleza está empezando a vivir una etapa dorada.

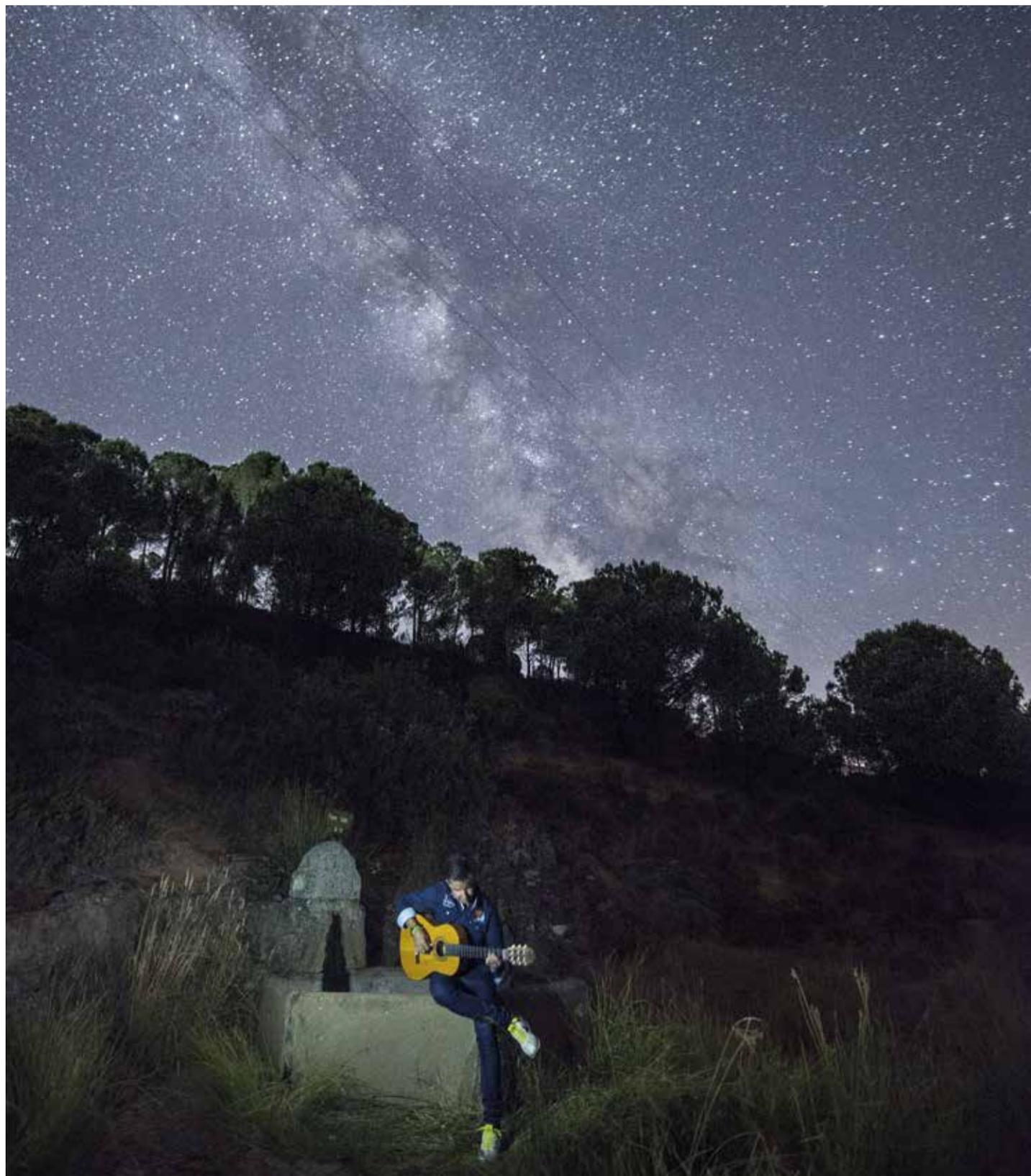
Los datos de 2019 ya reflejaban un crecimiento de un 5% por encima de 2018 lo que suponía un nuevo año seguido de crecimiento. En ese momento este segmento aportaba el 20% de la demanda total de Andalucía, porcentajes que empiezan a recuperarse. Los propios andaluces son los principales consumidores de turismo interior en la región lo que hace que los desplazamientos se produzcan en cualquier fin de semana y los destinos tengan un aporte continuo de viajeros.

Esta tendencia favorece la creación de empresas hoteleras, hosteleras, de turismo activo, etc. y la consolidación de otras que llevan ya años trabajando en sus territorios. Les proponemos tres destinos naturales donde perderse unos días.

Buscadores de estrellas

En esta línea Andalucía se ha posicionado en el turismo en torno a la observación de las estrellas. Un patrimonio que siempre ha estado ahí pero que fue reconocido en 2014 cuando Sierra Morena y la Sierra Sur de Jaén, junto a 67 municipios andaluces consiguieron, por parte de la UNESCO, la certificación internacional como Reserva Starlight, reconociendo la calidad de sus cielos nocturnos que los convierten en únicos y especiales para la observación de las estrellas.

Sierra Morena es la reserva starlight más grande del mundo porque tiene más del 70



por ciento de sus noches con la limpieza de cielos conveniente para ver las estrellas y una contaminación lumínica muy baja a la que han contribuido los pueblos que la integran adaptando la iluminación de sus calles y sus fábricas e incluso apagando totalmente los municipios para que la vista de los cielos sea de la mejor calidad.

Los alcaldes de la zona han comprendido que este nuevo producto turístico puede servir para revitalizar sus pueblos, para crear empleos directos e indirectos y para arraigar la población al territorio. Las empresas de turismo activo también han adaptado sus actividades para incluir la observación de los cielos, como es el caso de TNT aventura, que lleva más de 20 años ofreciendo experiencias relacionadas con la naturaleza en la provincia de Córdoba aprovechando las excelencias de la zona como son el avistamiento de lince, la berrea de los ciervos, visitas a los almendros en flor o rutas micológicas.

“Lo que ahora está de moda nosotros

Sierra Morena es la reserva starlight más grande del mundo porque tiene más del 70 por ciento de sus noches con la limpieza de cielos conveniente para ver las estrellas

llevamos más de dos décadas haciéndolo”, cuenta Mar Berbén la gerente de esta empresa que ha diseñado varios programas para el disfrute de los cielos de Sierra Morena.

Asegura que “los cielos siempre han estado ahí pero la pandemia ha puesto de moda las actividades al aire libre y estas experiencias ahora tienen una gran demanda”.

“Las estrellas le gustan a todo el mundo”, asegura Mar que nos atiende mientras realiza un paseo en canoa por el río con unos clientes suecos. “Antes sólo se realizaban actividades en las noches de verano pero nos hemos dado cuenta de que el cielo nos muestra cosas diferentes cada mes y ahora ofrecemos este producto durante todo el año”. Un producto que se adapta a los clientes ya que las explicaciones son diferentes si son grupos familiares o de otro tipo.

Una de las experiencias más emocionantes que ofrece esta empresa es “El sonido de las estrellas” en el que la observación se realiza en grupo tumbados en el suelo de un paraje natural mientras un guitarrista interpreta una canción expresamente compuesta para este momento. “Hay mucha gente que se han saltado las lágrimas de la emoción”,



relata esta empresaria enamorada de su tierra y de su trabajo, que ahora lucha porque esta actividad se regule para que no haya intrusismo ni sobre explotación que pueda afectar negativamente a los espacios naturales. Alerta también de que no cualquier oferta de observación de cielos puede considerarse actividad starlight, ya que esta calificación garantiza una observación de gran calidad sin apenas contaminación lumínica.

Un paisaje tallado por el tiempo

Otro de esos espacios que hacen a Andalucía única es el Geoparque de Granada que engloba a 47 municipios de las comarcas de Guadix, Baza, Huéscar y Montes en sus más de 4.700 kilómetros cuadrados. Es uno de los pocos sitios de Europa en los que se pueden encontrar hasta 70 lugares de interés geológico, algunos de ellos con una gran importancia a nivel internacional como los afloramientos de sismitas de Galera, la Falla de Baza, los yesos de Castilléjar o los badlands de la Comarca de Guadix. Los badlands son un tipo de paisaje que se desarrolla en zonas extremadamente áridas y que, por la falta de vegetación, se ve sometido a una erosión intensa por parte del agua y del viento formando cañones, cárcavas y barrancos a menudo con una gama de colores muy extensa por la cantidad de capas de



sedimentación de diferentes minerales.

Un auténtico paraíso para los amantes de la naturaleza que aquí pueden encontrar, por ejemplo, el más extenso y cronológicamente más amplio conjunto de yacimientos paleontológicos de vertebrados continentales del Cuaternario europeo desarrollados al aire libre. Periodo en el que además se for-

maron los espectaculares valles fluviales que se pueden visitar en el norte de la provincia de Granada y en la cuenca de Guadix-Baza.

Durante décadas los empresarios de esta zona se han organizado entendiendo que su fuerza era trabajar todos juntos para promocionar la zona. Han luchado y han conseguido la categoría de Geoparque, que

se lo pone todo un poco más fácil como nos explica Ángel Hernández vicepresidente de la asociación de turismo del Altiplano y propietario del establecimiento Cuevas Atalaya, “nosotros teníamos el trabajo hecho, pero teníamos claro que la declaración de geoparque era la fórmula para que este territorio saliese adelante”.

En esta zona de Granada hay 15.000 personas que viven en casas excavadas en la roca. Son estancias naturales y totalmente sostenibles con un gasto energético muy bajo

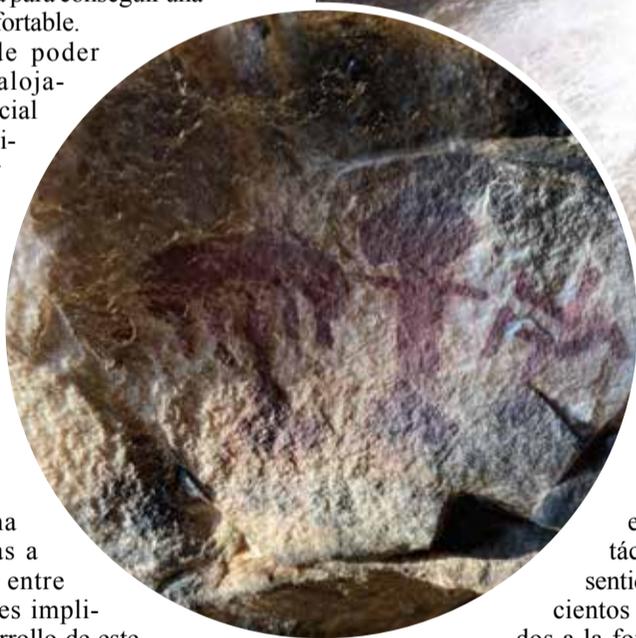
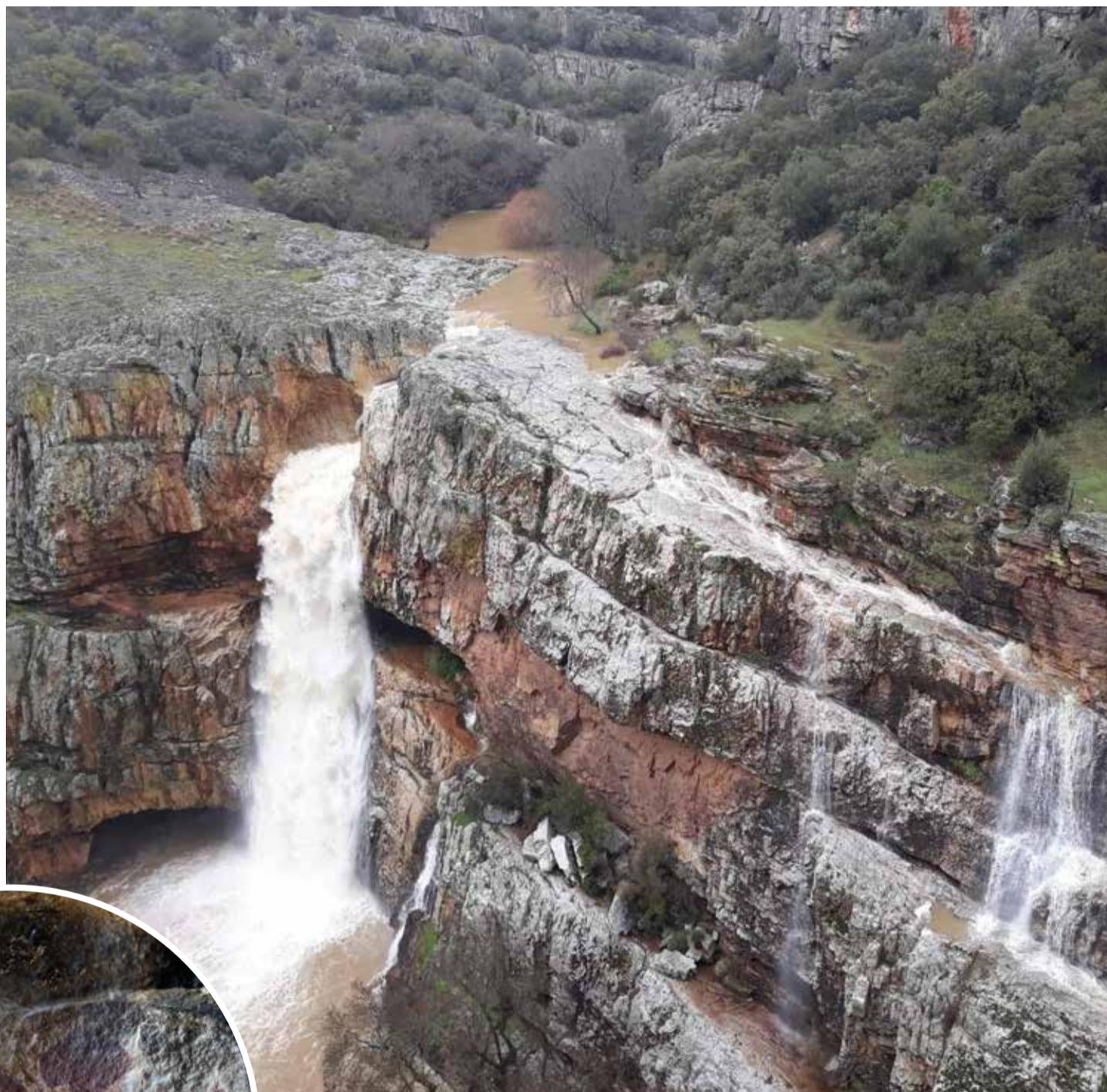
“Hay mucha gente de Despeñaperros hacia arriba que está harta de ver verde, y siempre buscamos aquello que no tenemos por eso tenemos muchos visitantes nacionales, pero también otros muchos extranjeros que se programan varios días de ruta por Andalucía e incluyen el geoparque en su itinerario”, indica Ángel que cree que “la posibilidad de alojarse en casas cueva es determinante a la hora de elegir este destino. El paisaje y el alojamiento forman un todo”.

En esta zona de Granada hay 15.000 personas que viven en casas excavadas en la roca. Son estancias naturales y totalmente sostenibles con un gasto energético muy bajo porque son capaces de permanecer a 18 grados cuando fuera hace 45 y en invierno no bajan de 17 grados con lo que necesitan muy poca energía para conseguir una temperatura confortable.

Al hecho de poder dormir en un alojamiento tan especial se une la posibilidad de realizar rutas a pie o a caballo, realizar espeleología, descenso de cañones, vías ferratas, paseos en todoterreno o en canoas. Una amplia oferta que se presenta de una forma conjunta gracias a la cooperación entre todos los agentes implicados en el desarrollo de este territorio en el que por fin ha puesto sus ojos la Unesco.

Cascadas y pinturas rupestres en el corazón de Sierra Morena

Con poco más de quinientos habitantes la localidad jiennense de Aldeaquemada se ha hecho ya con un lugar preferente para aquellos viajeros que buscan formas diversas de disfrutar de la naturaleza. Este pueblo está enclavado en el Parque nacional de Despeñaperros a pocos kilómetros de la provincia de Ciudad Real y posee un patrimonio natural extraordinario que se puede disfrutar en cualquier época del año.



En la primavera la floración en la sierra se convierte en un espectáculo para los sentidos y atrae a cientos de aficionados a la fotografía que también pueden disfrutar del avistamiento de todo tipo de aves como el buitre negro, el águila imperial, halcones, búhos, y de otros animales muy apreciados por sus objetivos como los meloncillos, las nutrias, tejones y gatos monteses, incluso lince.

Ante esa demanda se están recuperando varias construcciones específicamente para que puedan ser usadas para captar esas imágenes según nos cuenta el alcalde de Aldeaquemada Manuel Fernández, un guarda forestal recién jubilado que lleva 23 años al frente de su ayuntamiento de una forma totalmente altruista.

“Hay gente joven ahora se queda porque hay trabajo. Cada vez hacemos más proyectos en torno al turismo porque eso también nos permite hacer que el pueblo sea más

Uno de los grandes atractivos turísticos que poseen son sus cascadas naturales, como la de la Cimbarra, de 41 metros de altura y declarada paraje natural por la Junta de Andalucía

atractivo para los que vienen para los que viven aquí”, comenta el alcalde que cree que “las redes sociales, donde los viajeros pueden ver las fotos tan espectaculares de nuestro pueblo, son la mejor tarjeta de visita”.

Sin duda uno de los grandes atractivos turísticos que poseen son sus cascadas naturales, sobre todo la de la Cimbarra de 41 metros de altura declarada paraje natural

por la Junta de Andalucía. Un lugar lleno de encanto que siguen utilizando los habitantes del pueblo para bañarse. En sus paredes y en las cuevas del entorno se encuentran hasta 32 grupos de pinturas rupestres, 16 de ellos declarados patrimonio de la humanidad. “Llevamos varios años con un auge turístico muy importante y eso nos ha llevado a poner en marcha el centro de interpretación donde el visitante puede conocer a fondo las pinturas apoyándonos en las nuevas tecnologías de realidad virtual”, explica Manuel Fernández.

Aldeaquemada ha encontrado en el turismo una forma de sobrevivir y por eso se diseñan programas para todo el año. La primavera y la semana santa mas concretamente es su época más fuerte por la exuberancia de la naturaleza, pero también atrae a muchos visitantes las berreas en otoño. Por eso “hemos buscado alternativas para el verano, que era una época más floja para el pueblo y ahora hacemos cenas y rutas para la observación de las estrellas porque estamos dentro de la reserva starlight”, nos cuenta Manuel que recuerda como “hace 16 años se puso en marcha la primera casa rural y ahora tenemos casi 100 plazas de alojamiento”.

Contenido ofrecido en colaboración con la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible ha presentado al Consejo de Gobierno un informe sobre los efectos que puede tener la aplicación del Plan Estratégico de la Política Agraria Común (PAC) presentado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en la provincia de Jaén, donde, a falta de algunos pagos pendientes, 82.621 agricultores y ganaderos recibieron en 2021 ayudas europeas por valor de 316,4 millones de euros.

La principal conclusión de este informe es que Jaén se encuentra entre las provincias más castigadas por el nuevo modelo de aplicación de la PAC propuesto por el Ministerio para el próximo marco europeo (2023-2027). Esto se debe, entre otras cuestiones, a que el Plan Estratégico Nacional que España ha presentado a Bruselas impone mayores exigencias ambientales a los productores agrarios que afectan especialmente a las explotaciones olivareras, con gran peso en el territorio jiennense.

Hasta la fecha, los titulares de estas fincas han podido solicitar automáticamente el Pago Verde de la PAC en base a la función medioambiental y climática de los olivos, que contribuyen a la protección del suelo y de la biodiversidad, al tiempo que sirven como sumidero de carbono. Pero, a partir de ahora, los cultivos permanentes como el olivar no serán en sí mismos un eco-régimen, como ha solicitado el Gobierno andaluz reiteradamente durante el periodo de negociación de las nuevas bases de aplicación de la política europea. En consecuencia, estos agricultores no podrán acceder de forma automática a los fondos relativos a esta nueva figura que sustituye al

Jaén, una de las provincias más castigadas por la nueva PAC



Pago Verde en 2023-2027.

Por el contrario, para recibir estos recursos deberán demostrar que cumplen con los nuevos requisitos que establece el Plan Nacional Estratégico, que se basa exclusivamente en la pendiente del terreno para definir los cultivos leñosos. Esta modificación conllevará, según las estimaciones del Gobierno autonómico, que los olivareros de la Sierra Mágina, Sur y Morena, de La Loma o de las campiña del Norte y del Sur de Jaén, entre otras zonas, pierdan más del 20% de los recursos que han venido recibiendo a través del Pago Verde en marcos anteriores.

Asimismo, los productores jiennenses se verán afectados por la fuerte reducción del 60% en el número de regiones productivas de España (de 50 a 20) que, en el caso de los cultivos permanentes, como el olivar, supone un descenso de casi el 78% al bajar de 18 a 4. Desde el Gobierno andaluz, se ha informado al Ejecutivo central en reiteradas ocasiones de que esta modificación impide que la nueva PAC responda a la diversidad productiva de cultivos leñosos del país y de la Comunidad Autónoma andaluza, que es el territorio que más ayudas percibe. En concreto, este cambio provocará que comarcas

jiennenses como La Loma, Sierra de Segura, Sierra de Cazorla o El Condado sufran pérdidas en las ayudas básicas a la renta de 2023-2027 que, según las estimaciones de la Consejería de Agricultura, podrían superar el 10%.

Alianza con el sector

Durante el proceso de diseño del Plan Estratégico Nacional de la PAC, la Junta de Andalucía ha defendido unas posiciones claras y consensuadas con el sector agrario, como quedó plasmado en la declara-

ción institucional firmada entre el Gobierno andaluz, las organizaciones profesionales agrarias (Asaja, COAG y UPA) y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía en septiembre de 2020. La consejera de Agricultura, Carmen Crespo, ha realizado numerosas aportaciones en los debates celebrados entre el Ministerio del ramo y las comunidades autónomas españolas encaminadas a lograr que el nuevo texto respondiera a los retos de futuro del campo y se adaptara a la diversidad de la agricultura española.

Entre las reivindicaciones de la Junta, se encuentra la petición de que cualquier propuesta de cambio en los instrumentos estuviera acompañada de estudios de impacto que analizaran las consecuencias económicas, sociales y medioambientales sobre los diferentes sectores y los territorios.

El Gobierno andaluz ha defendido siempre la importancia de contar para el próximo periodo con una PAC estable en el tiempo, que apoye la resiliencia de las explotaciones agrarias y las industrias agroalimentarias de la región, y que refleje la amplia variedad de Andalucía. Por esta razón, la Consejería de Agricultura no apoya la versión inicial del Plan Estratégico Nacional enviado a finales de 2021 a Bruselas al tratarse de un documento que no cuenta con el consenso de las comunidades autónomas ni del sector español y que, en el caso concreto de Andalucía, provocará una importante reducción de los fondos europeos en zonas donde el sector primario tienen un gran peso en la economía local.

12M€ en ayudas para facilitar la contratación de seguros agrarios a 10.533 andaluces

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible ha abonado en 2021 cerca de 12 millones de euros en ayudas dirigidas a fomentar y facilitar la contratación de seguros agrarios combinados por parte de los productores de Andalucía. En total, a lo largo del pasado año se han beneficiado de estas subvenciones 10.533 andaluces que han firmado una póliza de seguro para sus explotaciones agrícolas, ganaderas y forestales.

Por provincias, en Almería se han abonado ayudas por valor de casi 1,8 millones de euros a cerca de 2.070 productores; Cádiz ha concentrado 730 incentivos que, en total, superan los 830.000 euros; Córdoba ha sumado más de 2.280 ayudas por casi 3 millones de euros; y en Granada, casi 950 productores han recibido más de 701.000 euros. Por su parte, en Huelva se han pagado casi 1.100 ayudas por más de 1,6 millones de euros; en Jaén, 643 expedientes que han superado los 495.000 euros; en Málaga, a 570 productores le han correspondido

más de 451.000 euros; y en Sevilla, la Consejería de Agricultura ha abonado casi 2.200 subvenciones por valor de cerca de 2,9 millones de euros.

La consejera Carmen Crespo ha resaltado que “el Gobierno andaluz cumple con su compromiso con los productores andaluces respaldándoles en la contratación de los seguros agrarios para proteger sus producciones ante situaciones complejas como, por ejemplo, las catástrofes climáticas que, desgraciadamente, cada vez se hacen más comunes a causa del cambio climá-

tico”. “Los seguros son la mejor herramienta que tienen los profesionales de la agricultura, la ganadería y el ámbito forestal para garantizar la rentabilidad de sus explotaciones”, ha explicado la titular del ramo. Crespo ha lamentado que, “en ocasiones, las fuertes lluvias, el granizo o las enfermedades en cultivos y animales impactan duramente no solo en las estructuras de producción, sino también en la economía de las fincas, ya que pueden destruir la producción y acabar así con los planes de venta inmediatos”.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Mesa de Cítricos de Andalucía se ha reunido para analizar la situación actual del mercado cítrico andaluz y proponer soluciones a la crisis del sector. ASAJA, COAG, UPA, Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, Asociafruit, Palmanaranja y la Asociación de Citricultores de Huelva han abordado, entre otros asuntos, los bajos precios, las importaciones de países terceros, la lentitud del mercado, la situación de sequía, la inasumible subida de costes de producción y la falta de mano de obra, así como otras cuestiones laborales.

El ecuador de la campaña andaluza está marcado por un ritmo lento en los mercados, una situación que los productores temen que empeore con la entrada en producción de Egipto y Marruecos. A ello hay que sumar el hecho de que en el campo todavía queda mucha naranja navelina –la primera en recogerse–. Esta variedad no ha encontrado hueco en el mercado como consecuencia del tapón provocado por la entrada de miles de toneladas de naranja “vieja” de Sudáfrica, que es a la que las cadenas de supermercados han dado preferencia.

En este sentido, la Mesa de Cítricos ha insistido en la necesidad de trasladar a las autoridades competentes la necesidad de cumplir con los contingentes acordados y de respetar los principios de reciprocidad, puesto que la producción importada de países

La mesa de cítricos de Andalucía trabaja para garantizar precios dignos

► Las organizaciones han abordado los efectos del incremento de las importaciones de países terceros en el funcionamiento de los mercados, la situación de los precios y la inasumible subida de costes

El ecuador de la campaña andaluza está marcado por un ritmo lento en los mercados, una situación que los productores temen que empeore con la entrada en producción de Egipto y Marruecos

terceros utiliza materias activas que están prohibidas en Europa. Por otro lado, cabe recordar que las exigencias medioambientales y las normativas laborales de Europa y de los países terceros son diametralmente opuestas, por lo tanto los cítricos procedentes

de estas regiones son mucho más competitivos en los mercados.

Por otro lado, la Mesa de Cítricos ha analizado la situación de las cotizaciones en plena segunda parte de la campaña de recolección. Los precios en origen siguen estancados por debajo de los 0,13 euros/kg, valor que difícilmente cubre los costes de producción. Como han recordado las organizaciones, no se puede olvidar que esta crisis de precios se produce en un contexto en el que los insumos y los costes energéticos están en unos valores nunca antes registrados. Por ello, desde la Mesa de Cítricos están trabajando para homologar un contrato entre el agricultor, la industria y la distribución que garantice un precio en origen rentable para el productor.

Las organizaciones también han acordado solicitar una reunión con el secretario general de Agricultura de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación, Vicente Pérez, para instar a la Junta de Andalucía a elaborar de un estudio sobre el sector cítri-

cola andaluz, que ofrezca una foto panorámica para emprender medidas y soluciones acordes a la situación real de la producción y los mercados. En este sentido, unos de los temas que más preocupa a los productores es la sequía. La falta de precipitaciones consistente está provocando grandes daños al sector cítrico andaluz, y más concretamente a una de las principales zonas productoras, la Vega del Guadalquivir. Asimismo, la persistente falta de mano de obra supone, campaña tras campaña, un coste añadido para los agricultores.

En cifras

El sector de los cítricos es estratégico para Andalucía. Así lo avalan los datos del aforo de la Consejería de Agricultura, que para la presente campaña estima una cosecha superior a los 2,4 millones de toneladas (casi un 3% más que en la campaña

anterior), de los que el 70% se corresponde con naranjas (1.692.631 toneladas), un 23% con mandarinas (556.556 toneladas) y un 5% (111.795 toneladas) con limones. Por provincias, Sevilla lidera la producción andaluza, con 952.200 toneladas, seguida de Huelva (612.000 toneladas) y Córdoba (364.000 toneladas). De hecho, la producción cítrica andaluza no deja de crecer, al contrario de lo que ocurre en otras comunidades autónomas, en las que el sector está en clara regresión.

La producción de cítricos en Andalucía alcanzó en 2020 un valor de 947 millones de euros. Se trata de una fruta muy apreciada en los mercados exteriores, y con una clara vocación exportadora. Así, en 2020-2021 se exportó el 15,2% de la producción (356.000 toneladas) cítrica, valorada en 308 millones de euros. El sector cítrico andaluz genera 7,85 millones de jornales, de los cuales, cinco millones corresponderían a las labores de producción y el resto a centrales hortofrutícolas.

Jóvenes emprendedores andaluces

PABLO VIDARTE. COFUNDADOR Y CEO DE LA EMPRESA BIOO



“Mi sueño se hizo realidad y conseguí crear energía de la propia naturaleza”

PM.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
 Pablo Vidarte tiene ahora 26 años pero fundó su primera empresa con tal solo 16, aprendió a programar en primaria y escribió un libro con 14 años que fue publicado por 7 editoriales distintas. “Me hicieron un test en el cole y básicamente todos los de mi alrededor eran superdotados y a mí me dijeron que tenía demasiadas ambiciones de cosas diferentes y que al final no me iba a enfocar en nada”, relata mientras

dice que no cree en la forma de detectar las capacidades extraordinarias de los niños y jóvenes.

“Para mí, el motor es crear algo realmente nuevo. Ser parte de lo que creo que va a ser la próxima revolución en el mundo y que va a ir de la mano de la biotecnología”. Con este espíritu nació Bioo una empresa, premiada por Google y por el Parlamento Europeo, que busca integrar la generación de energía con los entornos naturales. Por un lado, desarrolla baterías que se “enchufan” a la tierra y, en otra

línea de productos, utiliza a las plantas como interruptores biológicos, siendo capaces de iluminar espacios. Cada producto que lanzan tiene una de estas dos tecnologías. “Imagínate tocar una planta y que se pueda iluminar un camino” dice este joven mientras anuncia que “este año ya vamos a comercializar una maceta de cerámica translúcida que solamente tocando la planta se ilumina”. La razón de todo, un sueño “una vez tuve un sueño a las tres de la mañana y pensé ¿se podrá hacer electricidad con la naturaleza?”

Él y su equipo han demostrado que se puede y ahora buscan aplicaciones en la agricultura investigando en unos sensores de irrigación capaces de funcionar alimentados por la propia tierra.

En su cabeza ahora ronda la idea de cómo sus ideas pueden transformar Sevilla, su ciudad de la que se “enamoró” cuando tuvo que abandonarla para emprender. “Uno de mis objetivos es mejorar Sevilla. Todo lo que tiene de bueno, que es mucho, conseguir que sea mejor”.

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El vino siempre estuvo presente en la vida de José Luis Baños quizá por el hecho de haber nacido en la localidad cordobesa de Montilla donde con 21 años monta su primera empresa. A partir de ahí todo ha sido un cúmulo de maravillosas casualidades que le han llevado a ser el gerente de Wineable, un juego de palabras que él traduce como “el vino es capaz de cambiar la vida de las personas”.

Un proyecto que desarrolla en el marco de Jerez donde “me vine por amor y me enamore también de esta tierra y de sus vinos” y que pretende poner en valor las bodegas y los viñedos que están fuera del núcleo urbano a través de visitas, catas, formación y otras actividades, con el objetivo de proteger el medio ambiente y desarrollar la economía local.

Pero Wineable es mucho más ya que otra casualidad llevó a José Luis a hacer un voluntariado en la Fundación Aspanido con chicos con discapacidad intelectual y síndrome down donde descubrió que uno de los principales problemas de este colectivo era la inclusión laboral. Ahora parte del personal de su empresa proviene de esta fundación. “Queremos que otras empresas vean que es posible trabajar con ellos. Aportan alegría y agradecen que se les trate como a cualquier otra persona. En Aspanido se desmontaron todos mis estereotipos y ha marcado un antes y un después en mi vida”.

La pandemia les ha hecho dar un giro a su negocio orientándolo más a un público cercano pero no ha movido un ápice sus objetivos de amor y respeto al vino, de desarrollo económico de la zona y sobre todo de inclusión sociolaboral.



JOSÉ LUIS BAÑOS. GERENTE DE WINABLE

“No somos una empresa más. Lo que hacemos tiene que servir para mejorar un poquito el mundo cada día”



“En el mundo en el que vivimos tenemos que ser responsables. Estamos de paso pero tenemos la obligación de pensar en los que vendrán después”

LORENA ROMERO. GERENTE DE LORENA ROM

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Lorena Romero es una emprendedora con las ideas muy claras. La sostenibilidad, el uso de materiales no contaminantes y el reciclaje forman parte de su forma de ver la vida y con esa filosofía creó la empresa Lorena Rom para diseñar y comercializar joyería y bisutería creada con piezas impresas en 3D.

Su curiosidad por esta técnica comenzó en la Universidad donde estudió Ingeniería de Diseño de producto y su negocio gracias a una beca. “Empecé a hacer joyas en 3D para mis amigos hasta que decidí vender lo que hacía a través de internet enseñando mi producto por las redes sociales”, cuenta Lorena que tuvo que dar un paso más acu-

diendo a ferias para “poder interactuar con la gente y conocer sus gustos”.

Hilos de impresión hechos con residuos del café, o con desechos marinos reciclados, junto a otros elementos como madera son los que usa en sus piezas que “siempre se inspiran en diseños de la naturaleza, con formas orgánicas o florales”. Incluso recicla el poco residuo que deja la impresión en 3D y está en continua investigación para encontrar empresas alternativas que suministren materiales cada vez más sostenibles.

Con 27 años creyó que “quería aportar una nueva forma de hacer las cosas, desde los materiales a todo el proceso de producción” y su filosofía impregna todo lo que pasa por sus manos.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Universidad de Sevilla ha firmado un acuerdo marco con la asociación Foro Marketing Sevilla. Dicho acuerdo se ha podido materializar gracias a las buenas relaciones que la asociación mantiene con la Universidad de Sevilla, concretamente con la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la US, cuyo buen entendimiento entre ambas organizaciones se ha ido consolidando, colaborando en distintas iniciativas con el objetivo de aunar los intereses comunes entre universidad y empresa, donde estudiantes y socios son los principales beneficiarios de las actividades que se han ido celebrando entre ambas entidades, poniendo el foco en el marketing, la empleabilidad y diferentes foros de intercambio de conocimiento empresarial.

El Decano de la Facultad, D. Antonio Navarro, y Dña. Rocío Tornay Márquez, Presidenta de Foro Marketing Sevilla, oficiaron el acuerdo en la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la US, el cual ya había sido firmado por D. Miguel Ángel Castro Arroyo, Rector Magnífico de la Universidad de Sevilla con anterioridad.

Antonio Navarro, por su parte, destacó la prolífica trayectoria de Foro Marketing Sevilla y cómo la actividad de la asociación está calando en el tejido empresarial sevillano. Igualmente, se sintió muy satisfecho por contar con la organización para aunar puentes entre la univer-

La Universidad de Sevilla firma un acuerdo marco de colaboración con la asociación Foro Marketing Sevilla



sidad y el mundo empresarial. Rocío Tornay manifestó la importancia de este acuerdo con la Universidad de Sevilla, ya que no sólo supone un hito para la propia asociación, si no, un hito en el tipo de colaboraciones entre entidades similares, siendo Foro Marketing Sevilla pionera en la misma. Por otra parte, “el hecho de que la Universidad de Sevilla nos apoye, significa poner de relieve la importancia académica de la profesión” matizó Tornay.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la US viene colaborando con Foro Marketing Sevilla desde 2019 en distintas actividades. Foro Marketing Sevilla igualmente forma parte del programa de celebración del 50 aniversario de la Facultad. En este sentido, entre las actividades más destacables es el ya conocido Marketing Fighters, un encuentro donde distintos profesionales del sector dan su visión y comparte su caso empresarial.

El próximo Marketing Fighters tendrá lugar el jueves 24 de febrero por la mañana en el salón de actos de la Facultad. El tema, en esta ocasión, versará sobre marketing de influencers. En la última edición, el encuentro contó con directivos de empresas como Ecoalf, TiendAnimal o la La Tienda de Valentina entre otras, así como la ponencia de Julio Muñoz, Rancio sevillano. La próxima edición promete estar a la altura y cumplir con las expectativas. Toda la información del programa estará expuesta próximamente en las webs y redes sociales de ambas entidades.

CaixaBank abrirá tres nuevos centros DayOne, uno de ellos en Málaga TechPark

► La entidad amplía su servicio de acompañamiento a start-ups, scale-ups e inversores para dar cobertura a todo el territorio español, con nuevos centros ubicados en Zaragoza, Málaga y Bilbao, que se suman a los que ya tiene en Barcelona, Madrid y Valencia

Ubicaciones en zonas estratégicas

La entidad ha ubicado las nuevas aperturas en zonas estratégicas, donde se concentran los principales polos de emprendimiento. El nuevo centro DayOne Ebro se encuentra en Zaragoza, y cuenta con un equipo de profesionales especializados desde donde la entidad dará cobertura al ecosistema emprendedor de Aragón, La Rioja y Navarra.

Por su parte, el centro DayOne Andalucía Oriental está ubicado en Málaga TechPark, donde hay más de 620 empresas instaladas, con una facturación anual de 2.000 millones y más 20.000 empleados.

Desde el nuevo centro DayOne Norte, ubicado en Bilbao, la entidad dará servicio a la comunidad emprendedora de País Vasco, Cantabria, Asturias y Galicia.

Tras estas nuevas aperturas, DayOne cuenta con un equipo de 34 profesionales, que ofrecen un

Tras estas nuevas aperturas, DayOne cuenta con un equipo de 34 profesionales

servicio especializado a las empresas tecnológicas e innovadoras y sus inversores. Estos profesionales están especialmente preparados, de forma que las start-ups y scale-ups pueden encontrar en ellos un apoyo fundamental para desarrollar la estrategia financiera de su empresa y acompañarlos en su crecimiento.

Con estos nuevos centros, DayOne avanza en su estrategia y propuesta de valor de ofrecer un modelo de banca especializada, totalmente ajustada a las necesidades de este perfil de clientes, un sector estratégico y en pleno crecimiento.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Para dar cobertura al ecosistema emprendedor de todo el territorio español, CaixaBank abrirá tres nuevos espacios DayOne -su división especializada en empresas tecnológicas y sus inversores-, que estarán ubicados

en Zaragoza, Málaga (Málaga TechPark) y Bilbao, y que se suman a los que ya tiene en Barcelona, Madrid y Valencia. De esta manera, la entidad se consolida como partner financiero de la economía de la innovación a través de DayOne, que ha multiplicado por cuatro sus clientes desde su lanzamiento a finales de 2017.

Los centros DayOne están concebidos como hubs para el encuentro del talento y del capital. En ellos, la entidad ofrece a sus clientes productos y servicios innovadores adecuados a este colectivo e impulsa encuentros de pequeño formato, conectando de forma periódica a sus clientes con partners estratégicos.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Autoridad Portuaria de la Bahía de Algeciras (APBA) ha obtenido el sello CALCULO-REDUZCO otorgado por la Oficina Española de Cambio Climático (OECC), del Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico (Miterd), que reconoce así el compromiso para la reducción de gases de efecto invernadero de la institución portuaria. En concreto, la APBA ha reducido a la mitad su Huella de Carbono actual respecto a la registrada en 2017, pasando de un ratio de 3,52 a 1,77 en 2020. El cálculo se realiza teniendo en cuenta el alcance de las emisiones (toneladas equivalentes de CO₂) provenientes de fuentes propias de la administración portuaria (sus edificios, el consumo de su parque móvil o de la maquinaria de su propiedad, entre otros) y de las controladas por la entidad (como las asociadas al consumo eléctrico del alumbrado de los viales portuarios), todo ello según las directrices de la cal-



La APBA reduce a la mitad su huella de carbono

El sello CALCULO-REDUZCO se suma a las certificaciones ambientales con las que ya cuenta la institución portuaria

El sello CALCULO-REDUZCO se otorga a las organizaciones que calculan y registran su huella de carbono durante un mínimo de cuatro años

culadora de medición de huella de carbono del Miterd.

El sello CALCULO-REDUZCO se otorga a las organizaciones que calculan y registran su huella de carbono durante un mínimo de cuatro años, cuentan con un plan para la disminución de sus emisiones y hacen efectivo su compromiso de reducción. Entre las iniciativas presentadas por la Autoridad Portuaria en el período 2021-2022 están la renovación de parte de su flota de vehículos oficiales por vehículos eléctricos; la instalación de placas fotovoltaicas en sus edificios para autoconsumo; la instalación de marquesinas autosuficientes mediante energía circular; y el cambio de compañía suministradora de electricidad con el objetivo de que el

origen de la misma sea 100% renovable.

Estrategia Verde

El presidente de la APBA, Gerardo Landaluce, señala que la obtención de este nuevo reconocimiento “supone un paso más en el marco de la Estrategia Verde del Puerto de Algeciras en la que estamos trabajando y con la que nos alineamos con los compromisos para actuar de forma sostenible de la Agenda 2030 de la Organización de Naciones Unidas (ONU), la Agenda 2030 de la Red Mundial de Ciudades Portuarias (AIVP), las prioridades medioambienta-

les que establece la Organización Europea de Puertos (ESPO) y las líneas de trabajo del Pacto Verde Europeo”.

El sello CALCULO-REDUZCO se suma a las certificaciones ambientales con las que ya cuenta la institución portuaria. Desde 2018 la APBA posee la certificación en el Sistema de Gestión y Auditoría Ambiental (EMAS) que es el mecanismo voluntario de la Unión Europea para las empresas que se comprometen a evaluar, gestionar y mejorar su comportamiento ambiental. Este se suma a la certificación de su Sistema de Gestión Ambiental conforme a la norma UNE-EN ISO 14001-2015 –en 2011-, y al certificado PERS (Port Environmental Review System) – en 2015- que otorga la

Organización Europea de Puertos (ESPO) y que confirma la implantación exitosa de los estándares y requisitos establecidos en EcoPorts, reconociendo la labor de la Autoridad Portuaria por minimizar su impacto medioambiental y promover el desarrollo sostenible. El hecho de contar con estas certificaciones implica no sólo que estos organismos reconozcan la gestión ambiental de la APBA, sino que sean empresas externas las que lleven a cabo auditorías anuales que avalen el trabajo que se realiza.

Avanza el programa de innovación abierta del Puerto de Sevilla, Universidad de Sevilla y Go Hub que busca soluciones tecnológicas para los puertos del futuro

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Autoridad Portuaria de Sevilla (APS), la Universidad de Sevilla (US) y GoHub-fondo de inversión corporativo de Global Omnium especializado en deep

tech- han lanzado el primer programa de innovación abierta de España que podría no terminar solo con el desarrollo de un proyecto piloto.

A través del lanzamiento de dos retos, el Programa de Emprendimiento Tecnológico Go-

Hub-Puerto de Sevilla busca soluciones disruptivas con impacto en la eficiencia y la sostenibilidad de la industria portuaria y logística. Con una característica diferencial: el compromiso de continuidad del piloto si los proyectos presentados por las startups y empresas de

A través del lanzamiento de dos retos, el Programa de Emprendimiento Tecnológico GoHub-Puerto de Sevilla busca soluciones disruptivas con impacto en la eficiencia y la sostenibilidad de la industria portuaria y logística

base tecnológica logran resultados satisfactorios. Ya se han registrado las primeras propuestas y el plazo de presentación de iniciativas a los retos permanecerá abierto hasta el 15 de marzo de 2022.

El primer reto, promovido por la APS, pretende dotar al Puerto de Sevilla de un sistema que permita la gestión eficiente, inteligente y predictiva de todas las tareas de mantenimiento relacionadas con los servicios básicos de suministros: la red de agua formada por más de 55.000 metros lineales de tubería, red eléctrica o de gas.

El segundo reto, promovido por Sevitrade, se centra en la gestión inteligente de los activos de las tareas de mantenimiento: infraestructuras, máquinas, personal o suministros. Serán mejor valoradas las soluciones que puedan implantarse como Software as a Service (SaaS) con un bajo coste.

Naviera Armas Trasmediterránea implementa su plan de sostenibilidad 2021-2025

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Con la finalidad de reforzar su compromiso con la sostenibilidad y el medioambiente, Naviera Armas Trasmediterránea ha establecido un plan de mejora para el periodo 2021-2025 en el que se implementan proyectos y procesos para reducir, respecto a 2020, en un 2% las emisiones de combustible/transporte y la optimización del buque/línea y la velocidad.

Este plan de mejora contempla la eficiencia energética, mejoras hidrodinámicas y la utilización de pintura 'obra viva' basada en tecnología de siliconas de última generación para redu-



cir el consumo de combustible y las emisiones de CO2. Para el periodo 2021-2025 la compañía también elaborará un estudio y una instalación de sistemas de conexión eléctrica de los buques a

los puertos que dispongan de ello. Asimismo, realizará una adaptación progresiva del cambio de iluminación a tecnología LED, que estará disponible en el 100% de los buques en 2025.

En paralelo a este plan, Naviera Armas Trasmediterránea ha incorporado, entre 2019 y 2021, dos nuevos fast ferrys de última generación, como son los catamaranes Volcán de Tagoro y Volcán

de Taidía, con una huella medioambiental reducida, y una política plastic free para suprimir los plásticos a bordo de sus buques. Concretamente, la naviera eliminó más de 1,4 millones de elementos de plástico en 2020 y más de dos millones en 2021.

Además, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico ha inscrito en el registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono a Naviera Armas Trasmediterránea. Este sello supone el compromiso del grupo naviero con la sostenibilidad y el medio ambiente.

Tras este registro, Naviera Armas Trasmediterránea calculará su huella de carbono analizando las emisiones y el consumo de electricidad y combustible de instalaciones, estaciones marítimas y buques y establecerá y revisará periódicamente sus objetivos para garantizar la reducción de emisiones.

La Autoridad Portuaria de Málaga supera los 4 millones de toneladas en 2021

► Málaga es el puerto español que más creció porcentualmente durante el pasado ejercicio. El tráfico de contenedores y graneles líquidos fueron los de mayor crecimiento

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El presidente de la Autoridad Portuaria, Carlos Rubio y el director de la Autoridad Portuaria, José Moyano presentaron los datos de cierre del ejercicio 2021, un año marcado por la reactivación y recuperación de la situación marcada por la pandemia.

El Puerto de Málaga, que ya en 2020 fue una infraestructura esencial para garantizar la cadena de suministro, continuó su evolución positiva en 2021. De esta forma, el recinto portuario movió 4,4 millones de toneladas durante el pasado ejercicio, una cifra que no se superaba desde el año 2012, convirtiéndose en el puerto español que más creció porcentualmente en 2021, concretamente con un incremento del 62,8%.

El presidente de la Autoridad Portuaria, Carlos Rubio destacó que el "excepcional comportamiento del tráfico de mercancías nos ha permitido finalizar el año con un resultado económico en positivo".



Cierre económico del ejercicio

El cierre económico de 2021 estuvo marcado por una ligera recuperación, que se traduce en un resultado positivo de la actividad debido,

principalmente, a las operativas de mercancías.

La Autoridad Portuaria generó unos ingresos de explotación de 17,5 millones de euros, con un resultado del ejercicio de 664.770 euros. Esta cifra supone una buena noticia, teniendo en cuenta que el año anterior se cerró en números negativos.

Proyectos

En cuanto al cumplimiento de las líneas estratégicas marcadas por la Autoridad Portuaria para el ejercicio 2021, éstas se dividen en tres grandes grupos de actuación.

En relación a la consecución del Plan Especial, la Autoridad Portuaria dio luz verde a la redacción del proyecto constructivo de las nuevas dependencias de Aduanas, así como de las nuevas dependencias de la Guardia Civil. Además, se aprobó la modificación del Plan Especial para acoger un espacio de coworking en la esquina de muelle 1 y se otorgó la licencia de obras para la gestión de un restaurante en la antigua Casa de Botes.

Otros de los objetivos del organismo público es la apuesta por el tráfico de importación y exportación de mercancías, materializada en la redacción de un proyecto constructivo del nuevo muelle 8, dedicado a la actividad logística. Para ello, es fundamental la ejecución de otras obras complementarias, por lo que en 2021 se aprobó la contratación del proyecto para el traslado de instalaciones pesqueras y de atraque de embarcaciones de Servicios Oficiales; la redacción del proyecto básico y traslado de las instalaciones de la Lonja, mejorando las condiciones de seguridad y eficiencia energética; y la redacción del proyecto de construcción de un nuevo puente carretero sobre el río Guadalmedina.

Finalmente, la Autoridad Portuaria en su apuesta por crear espacios que sean referentes turísticos, prevé atraer nuevos tráficos muy relacionados con este sector: la actividad náutico-deportiva.

De esta forma, durante el pasado ejercicio comenzó la construcción de la dársena de megayates cuya fecha de finalización se prevé en los próximos meses y, además, se convocó el concurso público para la construcción y gestión de la marina deportiva de San Andrés.

Compromiso con la sostenibilidad

En 2020, la Autoridad Portuaria continuó su compromiso para la mejora de la actividad sostenible en el recinto, llevando a cabo proyectos relacionados con la segunda fase de la iniciativa 'Puerto Verde'.

El organismo público reforzó, además, el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible incluidos en la Agenda 2030 mediante la redacción de iniciativas concretas para promover de forma activa y práctica cada uno de ellos, contando con el apoyo de las empresas de la Comunidad Portuaria para que las inversiones y la actividad de los operadores portuarios se realice de una forma más sostenible. Esta decidida apuesta ha obtenido el reconocimiento del European Institute of Public Administration (EIPA), el cual ha otorgado a la Autoridad Portuaria el certificado de Buenas Prácticas en la categoría 'Green', siendo el único puerto europeo en obtener este documento en 2021.

En este sentido, el director de la Autoridad Portuaria, José Moyano, agradeció "el apoyo e implicación de los operadores que conforman la Comunidad Portuaria, que añaden estas iniciativas sostenibles a sus planes de inversión para mejorar la actividad".

Pedro Sánchez visita la planta geotérmica de Cardial Recursos Alternativos en Níjar (Almería)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Pedro Sánchez Pérez-Castejón visitó en el municipio de Níjar, provincia de Almería, la planta de geotermia profunda en la que Cardial Recursos Alternativos, empresa del Grupo Cyopsa, lleva trabajando durante más de 10 años y que podrá generar hasta 15 megavatios de potencia.

Este proyecto pionero en España se basa en la generación

de energía limpia que no produce emisiones contaminantes, mediante la extracción de agua caliente con una temperatura media estimada superior a 100 grados centígrados.

Este agua, no apta para uso doméstico por la composición mineral que contiene el subsuelo, se utilizará para climatizar cultivos en invernadero en la provincia de Almería. Una vez aprovechada la energía calorífica, dicho agua se devuelve de nuevo al yacimiento

consiguiendo ciclo cerrado que mantiene el recurso natural intacto respetando así el medio ambiente.

Este tipo de proyectos sostenibles que conectan las energías renovables térmicas con el sector de la agroindustria, se convierten en estratégicos para nuestro país, además de mejorar la competitividad de éste último sector de la agroindustria, que representa alrededor de un 9% del producto interior bruto de nuestro país y un 15% en Andalucía.



El 50% de la electricidad generada en Andalucía en 2020 tiene origen renovable

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El 2020 fue un gran año para las energías renovables en Andalucía ya que, por primera vez, el uso de fuentes limpias para generar electricidad ha superado al de las de origen fósil, suponiendo el 51,1%, un 12,4% más que en el año anterior, lo que también ha llevado aparejado una reducción del 25% de las emisiones de dióxido de carbono por unidad de generación eléctrica respecto a 2019.

Así se constata en la publicación de referencia "Datos Energéticos" en la que se realiza un análisis detallado de la situación energética de la comunidad autónoma andaluza y de la evolución de sus principales indicadores, avanzando así en el modelo energético eficiente, sostenible y neutro en carbono hacia el que se dirige la región, que tiene el firme propósito de aprovechar todos los recursos renovables disponibles.

Además, siguiendo la tendencia general de consumo energético a nivel mundial, el año también se ha caracterizado por una importante reducción de la demanda de energía, debido a la crisis derivada del COVID-19, más acusada en sectores como el transporte y la industria, lo que se ha traducido en un descenso del 13,4% en términos de energía final (que engloba la demanda en los sectores transporte, industria, primario, servicios y residencial, siendo este último el único que no solo no disminuye sino que crece ligeramente), hasta situarse en 11.774,6 ktep en Andalucía.



La contracción del consumo se ha registrado fundamentalmente en las fuentes fósiles, cuya demanda total ha sido un 22% inferior a la de 2019. El consumo final de derivados de petróleo se cifra en 2020 en 6.064,6 ktep, cuando el año anterior fue de 7.328,5 ktep, destacando notablemente las reducciones que se han dado en fuelóleos (un 42,4%, 83,6 ktep) y querosenos (un 35,1%, 388,3 ktep). A esto se suma que en 2020 apenas se ha utilizado el carbón para la generación eléctrica, lo que ha supuesto que el consumo de esta fuente haya quedado relegado a apenas un 0,5% del mix energético.

Electricidad limpia

Según los datos facilitados por la Agencia Andaluza de la Energía, a diferencia de los combustibles

fósiles, las energías renovables han generado 15.086,9 GWh de electricidad, un 12,4% más que en el año anterior. Esto supone que el 51,1% de toda la electricidad producida en Andalucía en 2020 ha tenido su origen en fuentes limpias, gracias a una potencia instalada renovable de 8.103,4 MW (de un total de 17.562,6 MW), que representan el 46,1% del total del parque generador andaluz (correspondiendo el resto a ciclos combinados, cogeneración y residuos, bombeo y carbón). Este porcentaje ha aumentado casi tres puntos porcentuales respecto al año anterior por el incremento en más de 800 MW de la potencia instalada de solar fotovoltaica conectada a red, que ha hecho que la producción eléctrica con esta fuente haya crecido un 102% (1.871,8 GWh), así como de la producción con biomasa, un 17,3% (275 GWh). Redujeron, sin embargo, su aportación la energía termosolar un 11,7% (290,6 GWh), la hidráulica un 10,4% (65,2

GWh) y, en menor medida, la eólica un 1,87% (123,8 GWh).

Respecto al grado de autoabastecimiento energético en Andalucía (la relación entre la producción autóctona para consumo propio y el consumo de energía total), éste ha crecido 2,5 puntos porcentuales hasta situarse en el 21,8%, a pesar de reducirse la producción para consumo interior un 3,8% (148,4 ktep) influenciada por un menor consumo de biomasa a causa de una campaña agrícola menos productiva.

Así, las fuentes renovables representaron en 2020 el 99,8% de los recursos propios con los que la comunidad cubre parte de su consumo de energía, correspondiendo el resto al gas natural.

La escasa utilización del carbón en la producción y la mayor generación eléctrica con renovables ha supuesto una notable reducción de las emisiones de dióxido de carbono por unidad de generación eléctrica, que dirige a un importante avance en la descarbonización del sistema energético andaluz. Este indicador desciende a 243 toneladas de CO2 por gigavatio hora producido, un 25% por debajo del valor de 2019.

Análisis sectorial

El sector transporte, el mayor consumidor de energía final en Andalucía, con el 34,4% del total, ha sufrido un descenso muy acusado, reduciéndose un 23,8% (1.268 ktep) hasta los 4.050,7 ktep. Los com-

bustibles más usados en este sector son los derivados del petróleo (un 92,9%), que en 2020 han caído un 24,9% (1.248 ktep) respecto al año pasado. El consumo de energía eléctrica en este sector también se ha reducido en un 50,6% (10,6 ktep), seguido del gas natural (26,1%, 3,4 ktep) y los biocarburantes (2,1%, 5,8 ktep).

Un 10,8% (461,3 ktep) es lo que ha disminuido el consumo de energía en 2020 del sector industrial (incluyendo usos no energéticos), aunque no ha perdido su peso en la estructura de consumo sectorial que, con el 32,4% (3.818,2 ktep) de toda la energía final consumida en Andalucía, se ubica en segundo lugar, tras el transporte.

El consumo de energía en el sector servicios se reduce, por su parte, en 86,5 ktep, un 6,9% menos que en 2019. Representa el 9,9% del total del consumo de energía final en Andalucía, situándose en 1.162,4 ktep. En menor medida ha disminuido el consumo del sector primario, donde se registra un 0,7% menos (6,9 ktep) hasta los 917,8 ktep, representando el 7,8% del consumo final andaluz.

Mayor tiempo en casa durante 2020 ha conllevado que el consumo en el sector residencial haya aumentado un 0,2% (4,1 ktep) situándose en 1.825,6 ktep, un 15,5% del consumo total. Por fuentes, subió el consumo de electricidad un 6,2% (69 ktep), lo que supone el 64,8% del consumo total del sector. También aumentó el de la energía solar térmica (2%, 1,2 ktep). Se redujo drásticamente el consumo de gasóleo (47,3%, 30,5 ktep) y, en menor medida, el de gas natural (10,9%, 11,6 ktep), biomasa (5,9%, 11,9 ktep), que representa el 10,5% del consumo total; y los gases licuados del petróleo (4,5%, 12,2 ktep), que representan el 14,1% del consumo total.

Granada última provincia andaluza en inversión en obra pública en 2021

► ACP Granada reclama un pacto inmediato por las infraestructuras provinciales. La inversión por habitante en 2021 es de 218€, la menor de Andalucía

Granada está a la cola de la inversión en obra pública en Andalucía, con la tasa más baja de inversión por habitante del pasado año 2021. Con apenas 218 euros invertidos por habitante, Granada está muy por debajo de la media regional 322 € por habitante y a mitad de camino de lo invertido en la provincia de Almería 427 €/habitante o los 379 €/habitante de Sevilla.

Acp Granada exige terminar con la averción política a las infraestructuras y llevar acabo, de una vez, un acuerdo para que la Administración invierta en Granada lo que la provincia merece, elaborando un Plan de Infraestructuras de Granada y exigiendo su inmediata ejecución.

Granada ocupa el octavo lugar entre las provincias andaluzas en inversión pública en el año 2021, y hay que recordar que ese mismo puesto es el que ocupa Granada en el periodo 2016 - 2020, así los 200 millones de euros licitados entre todas las administraciones en Granada suponen 218 €/habitante.

Los datos demuestran de forma objetiva lo que desde Acp Granada venimos denunciando: el bajo nivel de inversión no está justificado, Granada es la provincia con un menor nivel de inversión por habitante de Andalucía lo que hace que la provincia sea cada vez menos competitiva, pierda empleo directo, pierda capacidad de desarrollo y proyecte un futuro incierto.

Los granadinos merecemos otro tratamiento y rechazamos la apatía Y desencuentro de las distintas Administraciones, exigiendo terminar con el retraso de las infraestructuras de Granada. Es hora de ponerse a trabajar y alcanzar acuerdos que permitan que, al menos, se invierta en esta provincia la cantidad suficiente para ejecutar las infraestructuras que debían estar ya más que finalizadas.

Es necesario apelar a la responsabilidad y tener altura de miras por parte de los responsables políticos granadinos para liderar y abanderar proyectos de infraestructuras que Granada necesita.

Licitación de obras en 2021

La licitación de obras públicas en la provincia sumó en 2021 un total de 200 millones de euros frente a los 127 millones € del año 2020. El incremento de 63 millones de € supone un 58%, a pesar de este incremento, nos situamos a la cola de inversión por habitante en Andalucía. Seguimos sin ejecutar obras imprescindibles para su desarrollo y perdiendo competitividad un año más.

Estancamiento del empleo



Izq, Juan de Dios Molinero Moreno, Presidente de ACP GRANADA. Dcha, Francisco Martínez-Cañavate, Secretario General ACP GRANADA.

	Habitantes	INVERSION 2021	Inversión / habitante
ALMERIA	731.792	312.827.287,39 €	427,48 €
SEVILLA	1.947.852	738.861.620,41 €	379,32 €
HUELVA	525.835	172.808.867,79 €	328,64 €
MALAGA	1.695.651	536.934.082,09 €	316,65 €
CADIZ	1.245.960	335.087.736,95 €	268,94 €
JAEN	627.190	143.974.092,25 €	229,55 €
CORDOBA	776.789	174.885.135,73 €	225,14 €
GRANADA	921.338	200.969.088,27 €	218,13 €
Total Población	8.472.407		
Inversión No provincializada		115.044.287,00 €	
TOTAL INVERSIÓN ANDALUCIA		2.731.392.197,88 €	322,39 €

ACP Granada insiste en que nuestra provincia se encuentra en cifras mínimas de inversión, lo que lleva a Granada a encontrarse estancada en cuanto a número de empleos directos generados por la construcción (20.500) dato que continúa restando competitividad a la provincia, destaca el presidente de ACP Granada, Juan de Dios Molinero.

Desde hace un tiempo, Granada permanece en niveles de inversión preocupantes, sin que ninguna Administración rompa una lanza en favor del desarrollo de la Provincia.

“La Administración del Estado olvida sistemáticamente a Granada, castigándola sin las infraestructuras que necesita”

Conducciones de la Presa de Rules, Corredor Mediterráneo, Variante de Loja, soterramiento ferroviario en la llegada a Granada; Conexión ferroviaria del puerto de Motril; son solo ejemplos de inversiones que de forma reiterada siguen en el olvido del Gobierno de ESPAÑA para la provincia de Granada.

La Licitación en cifras

La inversión del estado en Granada se ha quedado en 22 millones € en 2021, una caída del 45% respecto a 2020. Una

AÑO 2021	LOCAL	REGIONAL	ESTATAL	TOTALES
1 T	23.575.903,68 €	11.519.329,17 €	5.440.416,08 €	40.535.648,93 €
2 T	32.341.918,33 €	6.900.595,41 €	551.652,67 €	39.794.166,41 €
3 T	19.486.050,43 €	10.851.911,23 €	575.844,43 €	30.913.806,09 €
4 T	24.417.943,28 €	46.180.117,98 €	14.868.525,58 €	85.466.586,84 €
Total Obra	99.821.815,72 €	75.451.953,79 €	21.436.438,76 €	196.710.208,27 €
Sumin y Conservac	3.173.201,53 €	498.184,34 €	587.494,13 €	4.258.880,00 €
TOTAL LICITADO	102.995.017,25 €	75.950.138,13 €	22.023.932,89 €	200.969.088,27 €
	97%	117%	-45%	
TOTAL 2020 LICITADO	52.153.900,27 €	34.937.980,59 €	40.150.421,45 €	127.242.302,31 €

cifra insignificante que refleja el olvido de Granada en el mapa de las infraestructuras nacionales.

La Junta de Andalucía ha licitado 76 millones € en 2021, frente a los 35 millones de 2020. Lo que supone un incremento del 117 % en la licitación.

Las Administraciones Locales, por su parte, (Ayuntamientos y Diputación de Granada) han licitado en todo el año 102 millones de euros, cifra un 97% superior a los 52 millones euros del pasado año.

De esta cantidad, el Ayuntamiento de Granada ha licitado solo el 2,65% (2,7 millones €) una cantidad muy escasa para el volumen de población de la capital granadina.

Por otro lado, la Diputación ha licitado por importe de 42 Millones un 41% del total licitado a nivel local, lo que supone importante incremento desde los 8 M licitados en 2020, habiendo realizado un esfuerzo importante a nivel de inversión a través del plan de choque ante la crisis de la pandemia.

Dese Acp Granada, agradecemos a Diputación el esfuerzo inversor en el plan de choque, pero demandamos un cambio en el sistema de licitación que emplea, basado en la “subasta”.

Esta licitación de las obras de Diputación mediante subasta, no favorece el empleo local siendo reclamo de todo tipo de empresas de cualquier punto de España que se presenten a las licitaciones, sin estudiar la obra, lo que incrementa la baja media de la licitación, desprecia los medios y recursos de las empresas Granadinas y perjudica la calidad de la ejecución a la vez que empobrece el empleo local y al sector de la construcción.

ACP Granada seguimos reclamando la puesta en marcha de las infraestructuras que debían haberse terminado en la década pasada. Denunciando que las Administraciones públicas continúen agravando a la provincia de Granada, sin que ningún responsable político se movilice ante la situación de las mismas.

Ahora que se llevan a cabo alianzas por el futuro de Granada, los empresarios exigimos que las infraestructuras sean reivindicadas y ejecutadas de forma urgente, sin fisuras e independientemente de los colores políticos de las distintas Administraciones. No se trata, en ningún caso, de agravios comparativos sino de abordar la realidad de la situación y ponerse a trabajar de inmediato.

Es urgente comenzar a estudiar, licitar y ejecutar proyectos como el Corredor Mediterráneo, la variante de Loja, las Conducciones de Rules, el soterramiento del Ave, el Tren a Motril, la mejora del litoral, el cierre del anillo de la Circunvalación, estudio de la ampliación de la superficie esquiable de Sierra Nevada, la ampliación del Metro de Granada, el Teleférico Sierra Nevada. Todas infraestructuras necesarias y que pertenecen al inmenso listado obras pendientes de ejecutar.

Nos hubiera gustado trasladar otro mensaje, pero GRANADA, continúa un año más fuera del mapa de las inversiones del Estado español, cuestión que imposibilita mejorar nuestra competitividad turística, merma la capacidad de generar congresos, hunde las posibilidades de despegue del sector agrícola en la costa, reduce las posibilidades de riego y apaga cualquier posibilidad de creación de empleo en nuestra provincia.

AGENDA FEBRERO-MARZO

17

Febrero

- Cómo monetizar tu blog personal o corporativo. Webinar Jaén. Masempresas.cea.es

4

Marzo

- V Congreso andaluz de empresarias y profesionales. #Empresarias360. Palacio de Exposiciones y Congresos de Córdoba

18

Febrero

- 10:00-11:30. Fiscalidad y cotización 2022. Webinar Granada. Masempresas.cea.es

- Feria del corredor. Fibes Sevilla

9

Marzo

- XII Foro Anvepi (Asociación nacional de veterinarios del porcino ibérico). Palacio de exposiciones y Congresos de Córdoba

20

Febrero

- Con acento en la sala. I Congreso andaluz de sala. Palacio de Congresos de Jaén.

10

Marzo

- SIFER. Salón internacional de la Feria. Fibes Sevilla

22

Febrero

- 10:00-11:30. Jornada "La FP dual como herramienta de captación de talento en las empresas TIC"

- 10:00. Parque Científico y Tecnológico Cartuja Sala de usos Múltiples Tecnoincubadora Marie Curie C/ Leonardo da Vinci, 18 (Sevilla)

19

Marzo

- Sevilla classic gas. Feria de vehículos clásicos. Fibes Sevilla

24

Febrero

- Cómo trabajar en SEO en E-commerce. Webinar Almería. Masempresas.cea.es

Si quiere que su evento aparezca en nuestra agenda, mándenos la información al email:
redaccion@tribunadeandalucia.es

Las ganadoras de la VI Edición de Emprende Lunares presentan sus colecciones en Fundación Cajasol

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Esta VI edición de Emprende Lunares con SIMOF ha tenido participantes procedentes de Sevilla, Huelva, Jaén y Córdoba. La iniciativa, liderada por la Fundación Cajasol y la Agencia de Moda y Comunicación Doble Erre, ha contado con la colaboración de SIMOF y FIBES. Su objetivo principal es impulsar las carreras profesionales de talentos de la moda flamenca con talleres formativos que han consistido en un plan de formación en gestión empresarial y un plan de promoción que supone la participación en este desfile y en un desfile en el Salón Internacional de la Moda Flamenca (SIMOF) en 2023.

Raquel Revuelta, directora de la Agencia Doble Erre, asegura que después de seis años celebrando Emprende Lunares con SIMOF “estamos muy contentos con el desarrollo que está teniendo el programa. Con cierta perspectiva podemos comprobar que el objetivo de este programa de dar opción a emprendedores, con una cierta edad, a que se desarrollen como diseñadores profesionales de moda

► Las siete diseñadoras ganadoras de la VI edición del Concurso “Fundación Cajasol Emprende Lunares con SIMOF” han presentado sus colecciones de moda flamenca en la sede de la Fundación Cajasol, en Sevilla. Los desfiles han contado con la presencia de Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol y Raquel Revuelta, directora de la Agencia de Moda y Comunicación Doble Erre



flamenca se está cumpliendo”. Por su parte, el Comité de Expertos que seleccionó a las siete ganadoras de esta edición Emprende Lunares con

SIMOF ha asegurado que las ganadoras se caracterizan por tener un nivel excelente.

La sevillana Beatriz Benítez,

con ‘Flamenco Art-déco’, hizo un homenaje a un movimiento que devolvió la alegría y la ilusión a la gente, con la esperanza de que todo

vuelva a ser como antes. Mar Soriano, diseñadora también sevillana, presentó su colección ‘Reencuentro’, inspirada en la Plaza España, en la que quiere plasmar valores como el respeto, la tradición, la modernidad y el amor, sobre todo «amor a la moda flamenca». La onubense Amalia Salomón presentó ‘Aire puro’, inspirada en la naturaleza, en vivir cada día sintiendo la energía positiva que nos proporcionan el sol, la brisa, las flores y los olores que nos aportan momentos maravillosos. Por su parte, la jienense Mari Sánchez se inspiró en el aceite de oliva con ‘Oro líquido’, una propuesta con predominio de los tonos dorados y vestidos con mucho volumen en enaguas. De Jaén llegó también María Sanz con ‘Mis Raíces’, una reivindicación para que vuelvan nuestras costumbres y tradiciones utilizando para ello, tocados artesanales de Juana Sánchez y pendientes grandes y llamativos de María Francés. La onubense Rosa Villa mostró su colección ‘Esencia’, inspirada en el rosál silvestre más conocido como Galabardera, con formas orgánicas inspiradas en sus pétalos, hojas y frutos. Y por último, otra diseñadora onubense, Xihomara Pinto, nos envolvió con ‘Mi esencia’, inspirada en la época victoriana, que muestra lo que verdaderamente la representa: la sencillez, la mujer empoderada y segura, la mujer femenina y dulce, y la elegancia.

Los desfiles contaron con la colaboración especial de Fibes Sevilla, el patrocinio de Marqués de Cáceres y Aromas; Y la colaboración de la peluquería de Ana Camero y la Escuela Superior de Maquillaje Cristina Rivero.

La Fundación Cajasol inaugura la exposición «Benito Moreno. Poeta y pintor»

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Fundación Cajasol continúa su misión de ofrecer contenido cultural de calidad con la inauguración de “Benito Moreno, poeta y pintor” en la Sala Vanguardia de su sede de Sevilla, una nueva exposición sobre este multifacético artista sevillano, comisa-

riada por su hija Beatriz Moreno, y sus hermanos Josele y Máximo, también artistas.

El acto de apertura de la muestra ha sido muy emotivo y ha contado con la asistencia de Beatriz y Josele Moreno, así como con las actuaciones de Juanito Campos, a la guitarra, y los cantaores Rosa de Algeciras y Miguel Campos.

«Benito Moreno. Poeta y



pintor» es muestra ecléctica como lo fue la prolífica obra de este artista integral, pintor, poeta y compositor. Pretende recoger parte de su obra y sobre todo de su vida,

con cuadros y canciones, sus clásicos trampantojos, también fotografías y retratos de sus familiares más queridos y de quienes con él marcaron un tiempo: Camarón, Gloria Fuertes, Carlos Cano, Silvio Rodríguez...

Hay objetos y hay emociones, es un viaje a la vida de un hombre,

pero sobre todo es el viaje a la ciudad, la Sevilla de contrastes que despierta de la dictadura y se construye en democracia, la Sevilla de las tradiciones y de las vanguardias.

La exposición podrá visitarse hasta el próximo 3 de marzo, de lunes a sábados en horario 11 a 14 y de 17 a 20 horas. Domingos y festivos, cerrados. Entrada libre hasta completar aforo.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

En una rueda de prensa, convocada en la sede de la Fundación Cajasol, se ha presentado ante los medios el cartel compuesto por un total de cinco espectáculos. En este sentido, tal y como ha explicado el presidente de la Fundación Cajasol, “teniendo en cuenta las continuas modificaciones y cambios que surgen como consecuencia del Covid y de la situación sanitaria en cada momento, hemos querido reducir el número de actuaciones programadas para que no se vean afectados, ni los artistas ni el público”.

Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol, ha querido comenzar sus palabras recordando a Manuel Herrera, coordinador del ciclo desde sus inicios y amigo de la entidad, fallecido en octubre de 2020: “él fue el propulsor de este ciclo, se entregó desde sus inicios hasta el último momento, vio cómo poco a poco se fue consagrando como la programación de flamenco de referencia de la ciudad, y vio crecer en este escenario a artistas que hoy en día son referentes nacionales e internacionales del flamenco”. Además, Pulido explicó que Manuel Lombo, en representación de Músicaemoción, será el coordinador artístico de este ciclo, que ya se puso en marcha en octubre de 2020, con un primer concierto a cargo de José de la Tomasa y Manuel de la Tomasa, “Cantándole a la Alameda”, pero que por motivos de la pandemia no se pudo continuar con la programación.

“Hoy nos volvemos a encontrar en un momento difícil, pues el alto número de con-

El cante, el baile y el toque se dan cita en una nueva edición de los “Jueves Flamencos” de la Fundación Cajasol

► El presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, y el coordinador artístico del ciclo, Manuel Lombo, han presentado el nuevo cartel de los Jueves Flamencos del 2022, acompañado por el bailar Javier Barón y el cantaor Rafael de Utrera, que se dan cita en esta nueva edición

tagios y el desgaste psicológico ante esta nueva ola ya hacen mella en la sociedad. Por este motivo, creemos que nuestro compromiso como parte activa de la recuperación económica y social en Andalucía pasa por seguir trabajando en la puesta en marcha de nuestra actividad cultural, un sector azotado por esta crisis y que, a su vez, supone una vía de escape para el público que acude a nuestra sede”, ha apuntado Pulido.

Por su parte, Manuel Lombo, ha querido comenzar agradeciendo a los asistentes su presencia, y a la Fundación Cajasol la confianza depositada en Músicaemoción, ahora y en todas las actividades que han realizado conjuntamente hasta el momento.

“Cuando aceptamos ser los programadores del ciclo lo hicimos con una premisa muy clara: no íbamos a dirigir, íbamos a programar. La figura de Manolo Herrera

es insustituible y su trabajo ha hecho que seguir programando sea más fácil”, ha indicado Lombo. Además, el artista y coordinador quiso concretar algunos detalles de la programación: “siguiendo la estela creada por Manuel Herrera, apostamos por un flamenco tradicional y queremos que se vean implicadas las tres disciplinas: cante, baile y toque. Se darán cita figuras ya consagradas junto con otros nombres emergentes que se van asentando dentro del flamenco”.

Este nuevo cartel dará comienzo el próximo 3 de febrero con la actuación del bailar Javier Barón. El artista, presente en la rueda de prensa, ha explicado que su espectáculo, Desde Alcalá, es “un recorrido por los diferentes cantes y toques de mi tierra, hasta desembocar en la soledad de Alcalá”. Las entradas estarán disponibles el 17 de enero.

La segunda actuación del ciclo, el 15 de febrero (martes), estará protagonizada por el cantaor Rafael de Utrera, quien ha adelantado durante la presentación que “es un espectáculo de estreno y cuyo nombre, “En capilla”, hace referencia a ese estado que vivimos en estos momentos”. Un recital de cante en el que estará acompañado de numerosos artistas y músicos. Las entradas estarán disponibles el 31 de enero.

En marzo, continuará el ciclo:

- Jueves, 3 de marzo: “El sentido del cambio” de Dani Morón. (Entradas disponibles el 14 de febrero).

- Jueves, 17 de marzo: “30 años de cante” de la Macanita. (Entradas disponibles el 28 de febrero).

- Jueves, 24 de marzo: “Los pasitos que doy” de Jesús Méndez. (Entradas disponibles el 7 de marzo).

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

Andalucía
direccion@tribunadeandalucia.es
redaccion@tribunadeandalucia.es
publicidad@tribunadeandalucia.es

FEBRERO MMXXII

