



Juan Luis Sanz:
"Los retos a los que nos enfrentamos pasarán por el desarrollo de una nueva industria, descarbonizada y circular" **P28**



Lorenzo Martínez: "La geotermia cubrirá gran parte de las necesidades de la industria" **P32**



Jorge Loring: "El autoconsumo es una necesidad que la sociedad llevaba demandando más de 10 años" **P33**



Ana Muñoz Arquelladas: "Nuestro enfoque plantea seguir apostando por nuestros sectores tradicionales, pero modernizándolos" **P38**

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

MAYO MMXXII | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES



Ángel Gallego: "El Consenso exige generosidad y a veces renuncia y Consejo Económico y Social es un ejemplo de ello" **P2**

ENTREVISTA.
PRESIDENTE DEL CONSEJO
ECONÓMICO Y SOCIAL DE
ANDALUCÍA

Ana Alonso: "El talento femenino andaluz es imprescindible para aumentar la competitividad de las empresas" **P4**

NUEVA ECONOMÍA

Manuel Parejo.
Doctor en Economía con Mención Industrial. La economía andaluza. Presente y futuro. **P16**

Antonio Rivero Onorato. Periodista. Director de Grayling en Andalucía. La realidad de los medios de comunicación y el tufillo electoral. **P17**

Montse Godoy. CEO MG Talen. Agricultura sostenible, la asignatura pendiente y el futuro del campo andaluz **P18**

Fernando García Navarro. Abogado. Autónomo. El Transporte Público de Viajeros por Carretera, un reto para el próximo gobierno andaluz **P21**

Pedro Jiménez. Abogado. Socio de Vrivm Legal SLP. Andalucía hacia el top minero internacional **P24**



ENTREVISTA.
PRESIDENTA
DE FAME

El RETA suma 1.913 autónomos en abril en Andalucía **P8**

CEA insiste en la necesidad de incentivos a las empresas para favorecer las contrataciones **P10**



Alfonso Vargas: "El autoconsumo ha venido para quedarse" **P42**

ESPECIAL DESARROLLO SOSTENIBLE



ENTREVISTA

ÁNGEL GALLEGO
PRESIDENTE DEL CONSEJO
ECONÓMICO Y SOCIAL DE
ANDALUCÍA

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El Consejo Económico y Social de Andalucía, del que usted es Presidente, es un órgano consultivo y de participación social del Gobierno andaluz en materia socioeconómica. Ahora que se acaba la legislatura ¿qué balance puede hacer de este periodo a nivel económico y social?

Como usted bien advierte, el Consejo Económico y Social de Andalucía es un órgano consultivo del gobierno en materia socioeconómica, al tiempo que cauce institucional de participación de la sociedad civil. Y como tal ha dado cuenta de la situación socioeconómica de Andalucía durante estos años a través de sus Informes.

A nadie se le escapa que esta legislatura ha estado marcada por la crisis sanitaria del COVID-19, y la subsiguiente crisis económica y social, cuyos efectos y secuelas han sido pluridimensionales; y que ha comportado un cambio de “situación socioeconómica”

en nuestra comunidad autónoma, circunstancia que ha tenido una dimensión nacional e internacional

La conmoción social que supuso la irrupción de la crisis sanitaria afectó prácticamente a todos los ámbitos de nuestras vidas. La eclosión de la pandemia y el consiguiente confinamiento comportaron una suerte de hibernación de nuestras vidas, así a partir de primavera del 2020 la inmensa mayoría de los espacios en que transcurre y se desarrolla la vida, en su

dimensión individual, social y económica, se convirtieron en territorio del vacío.

Y así ocurrió, también, con la actividad económica de todos aquellos sectores que las normas no consideraron funcionales para el mantenimiento de la propia situación de confinamiento o de la atención sanitaria. Ello tuvo repercusiones en todos los ámbitos, así la ordenación jurídica ha tenido un carácter aluvional, a través de normas de distinta tipología y eficacia, con la consiguiente dificultad de asimilación, seguimiento y armonización, en un proceso presidido por la urgencia y la excepcionalidad.

No obstante, es de justicia reconocer el esfuerzo desplegado por los poderes públicos concernidos, en los distintos niveles competenciales, europeo, estatal y autonómico, para dar respuesta a circunstancias no previstas, a situaciones de hecho no contempladas por las normas, a los consejos de los comités de expertos técnico-sanitarios, a todo un cúmulo de circunstancias fuera del escenario de las reglas de producción normativa en tiempos de normalidad. Esta

circunstancia tiene su trasunto al quehacer de todas las instancias que, eventualmente, participan en la creación del derecho, entre ellas los Consejos Económicos y Sociales, que, por mor de la excepcionalidad y la urgencia, se han visto privados de participar en los procesos de elaboración de normas de importante calado económico y social.

La crisis pandémica nos ha devuelto realidades que no deben obviarse, porque, aunque la pedagogía haya sido cruel, de esta dramática experiencia podemos extraer valiosas enseñanzas. La más inmediata debe ser el inestimable valor de la salud pública, y que ante momentos en que esté en riesgo la vida no caben las actitudes tibias, lo que comporta la necesidad de fortalecer los sistemas de protección de la salud

Un segundo dato de experiencia ha sido el papel clave de los poderes públicos, y de las políticas públicas y los mecanismos de protección (del que son acabado ejemplo todas las medidas adoptadas para prevenir la posible pérdida de empleo asociada a la parálisis de los procesos productivos, tanto trabajo subordinado como autónomo, así como a preservar la viabilidad futura de las empresas. Ha quedado evidenciado que la acción de los poderes públicos es imprescindible en muy diversas esferas de protección social. Paralelamente se ha evidenciado la necesidad de repensar la ordenación del gasto público, redefiniendo prioridades, tanto por la aparición de nuevos escenarios de gasto como por los desequilibrios presupuestarios generados por la propia crisis, con especial incidencia en los presupuestos de atención sanitaria, aunque no solo.

Otra enseñanza a extraer es el redescubrimiento de la función esencial del trabajo, así como la valoración social de quienes mantienen muchos de los servicios esenciales con su trabajo, aunque no tenga un valor parejo en el mercado de trabajo, donde en muchos casos se le confina al terreno de la precariedad. Al menos temporalmente, el aplauso diario supuso un impulso colectivo de solidaridad y reconocimiento al trabajo prestado por el personal sanitario y por las personas que sostienen otros servicios que también son esenciales para la comunidad. Esta crisis nos ha situado en nuevas encrucijadas, con nuevos dilemas políticos y éticos, y nos permite observar las crisis económicas desde nuevas perspectivas

En el Consejo están representadas las organizaciones sindicales, los empresarios, los agentes de la economía social y los consumidores entre otros. ¿Usted cree que está ha sido una legislatura en predominado la paz social?

Creo que, con legítimo orgullo institucional, quienes integramos el CES de Andalucía hemos contribuido a la realización de la democracia deliberativa, con la pedagogía del ejemplo, la única posible. Y es que todos nuestros dictámenes, informes, recomendaciones y propuestas se aprobaron por unanimidad, aun aquellos en que las posiciones de los grupos eran, de partida, legítimamente divergentes. Ello me ofrece la oportunidad de subrayar la actitud y generosidad en el debate de todos los miembros del CES, pues la consecución del consenso es laboriosa, ya que comporta la reconsideración, y a veces la renuncia, de posiciones propias tras atender a las razones del otro, experiencia de que no sobran ejemplos en la vida política española. Es cierto que ello no es noticiable, porque no alienta la discordia cívica, a que tanto apego

Ángel Gallego: “El Consenso exige generosidad y a veces renuncia y Consejo Económico y Social es un ejemplo de ello”



muestra lo informativo.

Me permito dar cuenta de esta circunstancia interna porque evidencia la madurez de las organizaciones representativas de los intereses económicos y sociales en Andalucía, que también han respondido a la llamada del Gobierno andaluz para establecer acuerdos que contribuyesen a la salida concertada de la crisis, para conseguir acuerdos que han contribuido a preservar nuestro tejido productivo, a complementar las medidas paliativas establecidas a otros niveles, como señaladamente ha ocurrido respecto a los trabajadores en ERTE, ayudas a autónomos, etc., de manera que el clima de diálogo y búsqueda de acuerdos sociales, elementos estructurales de la paz social, sea decisivo para el crecimiento y desarrollo económico y social

Ustedes realizan dictámenes sobre leyes o cuestiones de relevancia para la comunidad. ¿Cuáles diría que son los avances más importantes que se han producido en esta legislatura?

Considero que durante estos años el CES ha cumplido notoriamente su funcionalidad en el entramado institucional de Andalucía, tarea en que todos y cada uno de quienes lo conformamos hemos puesto nuestro más leal saber y entender para cumplir con el papel que el legislador le asigna, haciendo presente, que no otra cosa significa representar, a la sociedad civil, cuya expresión formal son los grupos que lo integran, y cuya labor contribuye inequívocamente a la calidad de la democracia, desde su doble y complementaria función, esto es, como espacio de diálogo social y, como poder normativo indirecto

En nuestros dictámenes encontrarán los interesados las observaciones generales y específicas que los proyectos nos han merecido, ofreciendo alternativas de mejora desde nuestra perspectiva, avalada siempre, reitero, por un hecho de gran relevancia: expresar el consenso, laboriosamente construido entre quienes representan a la inmensa mayoría de los destinatarios de las normas sometidas a dictamen. Esa legitimidad adicional parece que está siendo entendida por el legislador,

si nos atenemos a la estimación de nuestras observaciones, ya que en los últimos años ha ido acrecentándose, como se desprende de nuestros informes de seguimiento.



El COVID ha evidenciado la necesidad de repensar la ordenación del gasto público, redefiniendo prioridades, tanto por la aparición de nuevos escenarios de gasto como por los desequilibrios presupuestarios generados por la propia crisis, con especial incidencia en los presupuestos de atención sanitaria

Por lo que respecta a los proyectos normativos que hemos dictaminado durante esta legislatura, y que hayan cristalizado en normas, podría destacar Ley 3/2021, de 26 de julio, de Reconocimiento de Autoridad del Profesorado; el Decreto 91/2020, de 30 de junio, por el que se regula el Plan Vive en Andalucía, de vivienda, rehabilitación y regeneración urbana de Andalucía 2020-2030; la Ley 2/2021, de 18 de junio, de lucha contra el fraude y la corrupción en Andalucía y protección de la persona denunciante; la Ley 4/1988, de 5 de julio, de Tasas y Precios Públicos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como otros dictámenes a proyectos normativos importantes que no verán la luz esta legislatura. No obstante, quiero reiterar que la producción normativa y estratégica más importante durante esta legislatura ha sido instrumentada a través de Decreto-Ley, para responder, por urgente y extraordinaria necesidad, a circunstancias económicas y sociales derivadas de la crisis sanitaria y sus consecuencias económicas y sociales, y los decretos leyes no se someten a dictamen del CES.

Además de los dictámenes y de los informes socioeconómicos anuales, ¿qué otras tareas han realizado en los últimos años?

Quienes integramos el CES compartimos que nuestra actuación no puede quedar circunscrita a lo preceptivo, con ser importante, de ahí que nos hayamos incorporado a los debates relevantes en la esfera pública en que hemos entendido oportuno nuestro pronunciamiento por afectar a cuestiones en que todos estamos concernidos, actitud que ejemplifica la elaboración de un documento de consideraciones sobre la reforma del modelo de financiación autonómica desde la perspectiva de Andalucía, sumándonos a la construcción de la posición de Andalucía en un debate de especial trascendencia. Además, propiciamos espacios de reflexión, tan imprescindible para nuestro quehacer, mediante la celebración de jornadas y encuentros donde se abordan temas de interés económico y social para nuestra Comunidad,

así como la elaboración informe a iniciativa propia, de entre los que quiero destacar el Informe sobre los efectos económicos y sociales en Andalucía de la robotización y la digitalización, que, es obvio, es un tema que importa, y mucho, a toda la sociedad. En la misma lógica se inscribe nuestra participación en foros en que se debaten aspectos de la realidad social, económica y laboral, así como en la apertura de líneas de colaboración con instituciones europeas y nacionales, desde el afán de estar presentes en los espacios en que se diseñan las políticas que puedan incidir en el desarrollo económico y social de Andalucía.

El Presidente de la Junta ha considerado que era necesario un adelanto electoral. ¿Se han quedado cosas importantes que hacer por el hecho de haber adelantado cinco meses las elecciones?

Desde la singular perspectiva del quehacer institucional del CES, que, reitero, es aportar al proceso de elaboración de normas de contenido socioeconómico el parecer de la sociedad civil organizada, esta legislatura, por las razones antes señaladas, se ha caracterizado por la producción de normas de urgencia, que, no son objeto de dictamen por el CES.

Por lo que respecta a los proyectos normativos de singular alcance y significado que no verán la luz esta legislatura y que han sido dictaminados por el CES señalaría la Ley de Economía Circular de Andalucía, la Ley de las Policías Locales de Andalucía; la Ley por la que se regula la Atención Temprana en la Comunidad Autónoma de Andalucía y la Ley de la Función Pública de Andalucía.

Usted ya era presidente de este Consejo en anteriores legislaturas, cuando gobernaba el PSOE. Conoce pues la forma de hacer de gobiernos de signos contrarios. Y ¿qué diferencias ha apreciado entre los dos periodos?

He de confesarle que es un honor presidir un órgano como el CES de Andalucía, en tanto que en el mismo toman cuerpo ideas con las que me encuentro comprometido, participación y diálogo. Ya he dado cualquier etapa, y por tanto con proyectos normativos inspirados por gobiernos de signo político distinto, todos nuestros dictámenes, recomendaciones y resoluciones han sido aprobados por unanimidad, lo que da cuenta de la capacidad de buscar y encontrar consensos de quienes conforman el CES de Andalucía, de la sociedad civil organizada. Y por lo que respecta a nuestro quehacer, he de subrayar que como institución hemos tenido un respeto exquisito por parte de todos los gobiernos, que han entendido que el consejo independiente de este órgano ha pretendido, en todos los casos, contribuir a la mejora de nuestras normas.

Por tanto, nunca hemos recibido reproche alguno por el sentido de nuestro pronunciamiento, fuese favorable o desfavorable al criterio gubernamental contenido en el proyecto sometido a dictamen Respeto institucional que, a su vez, ha encontrado eco en la consideración de nuestras propuestas, si atendemos a la receptividad mostrada a nuestras observaciones, tanto generales como particulares, al contenido de los proyectos sometidos a consideración. De igual modo, he de dejar constancia de la colaboración del Gobierno en cuantas ocasiones se le ha requerido para mejor conformar nuestra opinión y para colaborar en nuestras actividades.

Ana Alonso: “El talento femenino andaluz es imprescindible para aumentar la competitividad de las empresas”

ENTREVISTA

ANA ALONSO
PRESIDENTA DE FAME

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El contexto socio económico al que se enfrenta Andalucía es esperanzador después de 2 años bajo la influencia de la pandemia. ¿Están esperanzadas las empresarias andaluzas?

Sin lugar a duda la crisis sanitaria vivida en todo el planeta ha tenido efectos negativos sobre la economía. También consecuencias sobre las familias, sobre las empresas y sobre la sociedad en su conjunto. Vivimos en un época en la que los acontecimientos se suceden a una velocidad vertiginosa, recordemos que cuando aparecen las primeras señales de alarma relacionadas con la pandemia, todavía estábamos saliendo de una tremenda crisis económica y financiera y, que en la actualidad, aun conviviendo con la COVID, nos enfrentamos a una crisis energética y soportamos las consecuencias colaterales de la invasión Rusa de Ucrania. La inflación, la subida de los precios en general y en particular, el encarecimiento de las materias primas y los costes energéticos, por no hablar de los retrasos en el abastecimiento, principalmente en los sectores de la construcción y del metal, nos sitúan ante un escenario retador sin precedentes.

Con todo, las empresas andaluzas están muy acostumbradas a operar en terrenos adversos y han desarrollado músculo empresarial, digamos que a fuerza de navegar a contracorriente, en la actualidad son más resistentes.

Existe ilusión por seguir avanzando en el terreno empresarial, también esperanza en

que la actual situación mundial no nos arrastre hacia escenarios no deseados, y ello se refleja en las cifras de creación de empleo en Andalucía y también en la creación de nuevas empresas. Con todo, son muchas las empresas que siguen teniendo grandísimas dificultades económicas y financieras en el día a día para superar los efectos de las sucesivas crisis.

Precisamente, todos tiramos del carro para generar riqueza en esta tierra ¿Se están haciendo las cosas bien? ¿Ven las empresarias un cambio en Andalucía?

En la actualidad, el potencial de desarrollo socioeconómico de Andalucía es más que evidente, sin embargo, la tendencia inflacio-

nista y la incertidumbre a nivel internacional, frenan el crecimiento económico de nuestra Comunidad. Todo hace pensar en una desaceleración económica que nos debe conducir a la prudencia en las previsiones y en la toma de decisiones a corto y medio plazo.

En este más que previsible contexto, es muy deseable que las administraciones públicas cuenten con el empresariado para afrontar situaciones nuevas. Las alianzas estratégicas entre administración y empresa, se ha demostrado, son muy productivas.

“Las empresas andaluzas están muy acostumbradas a operar en terrenos adversos y han desarrollado músculo empresarial, digamos que a fuerza de navegar a contracorriente, en la actualidad son más resistentes”

Lo cierto es que nos vamos a elecciones, sin saber el resultado de las mismas ¿Qué le pide usted al nuevo Gobierno?

Por una parte, seguir reduciendo la presión fiscal sobre las pequeñas y medianas empresas y sobre las personas autónomas. Lo que facilitaría el crecimiento del tejido

empresarial andaluz, la consolidación de las empresas de nueva creación y el atractivo inversor interno y externo de Andalucía.

Por otra parte, una apuesta decidida por el desarrollo de infraestructuras del transporte y la comunicación en nuestra tierra a nivel interprovincial y también nacional e internacional y por último y no menos importante una clara modernización y agilización de la Administración de la Junta de Andalucía para la reducción de los trámites y trabas administrativas.

No quiero dejar pasar la ocasión para llamar la atención sobre las políticas públicas para la igualdad de oportunidades y no discriminación de las mujeres y las políticas de conciliación y de corresponsabilidad, porque en tiempos de crisis se corre el riesgo de retroceder respecto a los avances conseguidos en las últimas décadas.

El PIB de la Comunidad se sitúa por encima de la media nacional y otros sectores del turístico comienzan su desarrollo ¿Qué necesita este territorio para que el crecimiento no se estanque, para que siga creciendo y siga





siendo el motor de España?

Efectivamente las previsiones hasta 2025 así lo indican. En Andalucía se espera finalizar el 2022 con un PIB del 3,5% y del 1,6% para el año 2023, con un significativo aumento de la inflación y un freno del crecimiento económico previsto que, con toda seguridad afectará a nuestra economía. Ante este más que probable panorama, yo diría que a Andalucía le falta, lo que le falta al resto del país, alianzas políticas más allá de los intereses de cada partido y más allá del cortoplacismo. Necesitamos mirar a lo global y a la vez a lo local. Necesitamos que se considere a la empresa como agencias de creación de empleo, riqueza y bienestar y necesitamos un plan consensuado para aumentar la competitividad, la digitalización y la internacionalización del tejido productivo andaluz. Así mismo, es urgente considerar prioritario la inversión en infraestructuras.

Ya son varios años los que usted está al frente de FAME ¿Cómo ha evolucionado esta organización?

La FAME es una organización de base territorial, conformada por organizaciones provinciales intersectoriales y sectoriales, que aglutina a un total de 6.456 empresas de titularidad femenina o de capital social aportado mayoritariamente por mujeres. Nuestra organización es miembro de pleno derecho de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y, a través de ella, miembro de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y de

la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME), participando en los órganos de gobierno de las organizaciones a las que pertenece.

En la actualidad FAME, con más de 20 años de trayectoria, es una organización madura, vertebrada territorialmente y cohesionada a través de sus organizaciones miembros con un claro liderazgo en cada una de las provincias andaluzas.

Muchos se preguntan si de verdad sigue siendo necesaria una organización específicamente de mujeres ¿Qué les diría a esas personas que dudan?

Las asociaciones empresariales femeninas existen por voluntad de sus miembros y al amparo del derecho a la libre asociación. Cuando un número tan importante de empresarias expresan su voluntad de pertenecer a una organización y trabajar por la defensa de los legítimos intereses del empresariado femenino andaluz, no hay que explicar o justificar el hecho.

¿Por qué FAME es más necesaria que nunca?

A nivel individual los seres humanos tenemos poca capacidad de respuesta ante situaciones complejas. A lo largo de la historia, mujeres y hombres nos hemos agrupado y hemos diseñado y desarrollado estrategias para hacer frente a situaciones difíciles o amenazantes. En este momento, con tantos frentes abiertos, las organizaciones empresariales tienen más sentido que nunca, si a ello le añadimos, que en época de crisis los

avances relacionados con la igualdad de las mujeres en general y con el posicionamiento de las empresarias en particular, pueden sufrir retrocesos, el contar con una organización con la trayectoria de FAME, es un haber en sí mismo.

¿Cuál es el perfil de las asociadas de FAME?

Lo mismo que ocurre con el empresariado masculino a nivel andaluz, nacional y europeo, las empresas de titularidad femenina, son en su mayoría, aunque no exclusivamente, PYMES que desarrollan su actividad de manera notable en el sector servicios.

¿Existen techos de cristal o barreras de género aun en nuestros días dentro de las directivas y empresarias?

Así lo indican todos los estudios recientes. No obstante, estos estudios también indican importantes logros en la reducción de las barreras y frenos debidos al gap de género, como ocurre por ejemplo con la creciente participación de las profesionales en los consejos de administración de las empresas del IBEX o la mayor presencia de ejecutivas y directivas en las empresas.

A nivel empresarial también se observa un cambio en las tendencias. Por ejemplo, el aumento del número de empresas de titularidad femenina o participadas mayoritariamente por mujeres. La penetración cada vez mayor de las empresarias andaluzas en sectores de actividad hasta ahora masculinizados como los sectores de la construcción, agrario, industria...o la participación activa

de las empresarias en las organizaciones empresariales, financieras y, en definitiva en los espacios de influencia.

Sin embargo, ha quedado más que claro que sois unas directivas y empresarias extraordinariamente cualificadas, ¿no es así?

Así es, el talento femenino andaluz, hasta ahora infravalorado y en ocasiones desestimado, es imprescindible para aumentar la competitividad de las empresas en nuestra Comunidad. No se comprendería que se desperdiciara la mitad del talento disponible en nuestra tierra. Y este es otro de los factores a tener en cuenta si realmente se quiere apostar por un territorio competitivo, moderno e innovador.

¿Cuáles están siendo las líneas estratégicas a desarrollar en la organización?

Hacer frente a las situaciones vividas y sostenidas a lo largo del tiempo no está siendo nada fácil, aun así, en FAME estamos haciendo un gran esfuerzo por dar respuesta a los retos que en estos momentos tiene planteados la sociedad y las empresarias. Desde este punto de vista, nos centramos en mantener nuestra conexión con la sociedad, en el acercamiento de FAME a las instituciones y en la defensa de los intereses de las empresarias andaluzas, incluyendo en este sentido, la apuesta por la igualdad de oportunidades y no discriminación de las empresarias.

¿Y los objetivos que se marca usted como Presidenta para este año?

Soy partidaria de enfocar los asuntos con luz larga. Desde este punto de vista, el espacio temporal que contemplo se sitúa en el medio plazo. Y en la inmediatez, el 23 no será un año fácil para las empresarias andaluzas.

“Nos centramos en mantener nuestra conexión con la sociedad, en el acercamiento de FAME a las instituciones y en la defensa de los intereses de las empresarias andaluzas, incluyendo en este sentido, la apuesta por la igualdad de oportunidades y no discriminación de las empresarias”

En consecuencia, nuestro esfuerzo, el de toda la organización, debe ir dirigido a ser de utilidad para que las empresas de titularidad femenina, sean cada vez más competitivas.

El peligro del ego

La vanidad siempre ha sido un defecto extremadamente peligroso, especialmente cuando viene acompañada de un ego desmedido y unas ansias de notoriedad que, no pocas veces, distorsionan la propia realidad de quienes poseen tales atribuciones. Si, además, el propio entorno fomenta esta “fantasía”, estos perfiles viven una película paralela a lo que ciertamente acontece.

Estas semanas se ha generado el contexto ideal para reflexionar acerca de este tema con el que decido abrir esta edición, pues son muchos planos y sectores de la vida en la que sucede este hecho, sin embargo, en algunos escenarios resulta incluso contraproducente para la sociedad. Sin ir más lejos, y de acuerdo a la actualidad más inmediata, encontramos a Putin. Este peligroso personaje ha construido una realidad paralela en la que, por razones que solo él conoce, se sienten el derecho y lo suficientemente superior como para invadir un país vecino. ¿Con qué derecho decide crear una guerra? ¿Con qué derecho viola el derecho internacional y entra por la fuerza en un país soberano? Muchas han sido las respuestas a estas preguntas pero, ¿alguna respuesta realmente aporta un argumento lícito? Además, el presidente ruso ha generado una propia burbuja a

su alrededor que apoya esa terrible teoría de supremacía, su entorno es igual de culpable que él. ¿Producto del miedo de sus políticos y oligarcas a estar en desacuerdo y a las posibles represalias? Posiblemente, pronto lo sabremos.

Sin embargo, no solo Putin es ejemplo de esto que comentamos. Constantemente se ofrecen muestras de ego y superioridad en otros sectores. Funcionarios que, haciendo “uso de su poder”, frenan facturas públicas por cuestiones personales y enemistades o, en caso contrario, empresarios que increpan a trabajadores públicos recordando su posición social “superior” (nótese la ironía). Cabe recordar los políticos que, al alcanzar su cargo, disfrazan su realidad y actúan como deidades, borrando todo atisbo de humildad y convirtiéndose en celebridades idolatradas constantemente por el equipo que los rodea. Políticos que, hasta hace poco, eran simples vecinos del barrio y a los que les convendría recordar que es el propio pueblo el que lo ha colocado en esa posición y es el propio pueblo, a golpe de voto, quien lo puede quitar en 4 años.

Si seguimos navegando por la sociedad, encontramos a aquellos que se denominan influencers. Ciertamente es que el mundo y los sectores económicos evolucionan, así como evoluciona la manera de comunicarnos, evolucionan los canales de venta

y hasta la publicidad y el marketing, y esta nueva forma de vender genera una economía que favorece a todos pero, ¿no se nos habrá ido un poco de las manos? Tener miles de seguidores, los likes, el deseo (o creencia) de ser reconocidos por la calle o las ansias de notoriedad generan situaciones, cuanto menos, surrealistas en las que tener talento o no ha dejado de importar. ¿Creadores digitales? Por supuesto que sí, una actividad y un sector con un gran recorrido pero potencialmente dañina si no se fomenta la profesionalidad y se combina con un entorno que nos recuerde quiénes somos y de dónde venimos.

Probablemente, no es el estilo de editorial al que Tribuna de Canarias acostumbra, pero no menos cierto es que, en última instancia, las empresas (y la economía) dependen de personas, así como las administraciones. Tal vez, y digo solo tal vez, deberíamos hacer una pausa y trabajar en estos aspectos, en la formación personal y emocional de cada uno de nosotros, seamos quien seamos y más de los objetivos que tengamos para poner el foco en el objetivo al que queremos llegar como empresa, como sociedad o simplemente como persona. La humildad es una virtud que aparece, cada vez, en menos ocasiones, incluso parece que volviéramos a medirnos por clases sociales. No es el camino.

Como me decían hace unos días, el talento y la energía mal canalizados son ciertamente peligrosos; a lo que yo añadiría que un entorno o círculo inadecuado, igualmente puede ser capaz de desdibujar la senda por la que debemos transitar.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

Campana “La distribución comercial frente a la despoblación en Andalucía”

El Milagro de la Distribución



WWW.CAEA.ES

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

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

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

nº 4 | Depósito Legal: SE 321-2022
Imprime: BERMONT



Foto. Gogo Lobato. De izquierda a derecha: Borja Leal, gerente de compras indirectas de Bidafarma; Luis Javier Sánchez, director de sostenibilidad Agroforestal de ENCE; María López Sanchís, directora general de Calidad Ambiental y Cambio Climático de la Junta de Andalucía; Fernando Seco, vicepresidente ejecutivo de CESUR; Carmen Crespo, consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía; David García, director general de Ecoterrae; José Caraballo, director general de Aborgase; y Benigno López, jefe de división de Medio Ambiente de Emsase.

Los empresarios señalan “los usuarios nos exigen, cada vez más, que seamos medioambientalmente sostenibles”

► **CESUR celebra en colaboración con Ecoterrae una jornada con el objetivo de analizar todos los componentes medioambientales en la actividad empresarial**

► **La sostenibilidad ambiental y el valor social son pilares fundamentales para fomentar la protección del medio ambiente desde las empresas**

Los empresarios del sur de España señalan que la sostenibilidad ambiental se ha convertido en un criterio de competitividad y diferenciación entre las empresas porque “los usuarios nos exigen, cada vez más, que seamos medioambientalmente sostenibles”. Estas son algunas de las conclusiones que se desprenden de la jornada llevada a cabo por la Asociación de Empresarios del Sur de España, CESUR, ‘El impacto de la sostenibilidad ambiental en las empresas’ en la Fundación Cajazol en colaboración con Ecoterrae.

El acto ha contado con la ponencia ‘La Administración Pública como organismo promotor de la sostenibilidad en el sector privado’

a cargo de María López Sanchís, directora general de Cambio Climático de la Junta de Andalucía, quien ha señalado que “desde la administración tenemos que primar la protección ambiental porque Andalucía es una tierra única. Tenemos que proteger nuestro patrimonio medioambiental y hacerlo compatible con los ámbitos económicos de Andalucía”. López ha destacado que la sostenibilidad es cosa del conjunto de la sociedad y “desde la administración tenemos que trabajar para acercar la percepción del problema de medioambiental pero también ser capaces de transmitir las soluciones

Posteriormente, se ha celebrado una mesa coloquio ‘La Sostenibilidad Ambiental’, moderada por Daniel García, director general

de Ecoterrae, en la que los participantes han expuesto sus puntos de vista, así como el trabajo que realizan desde las empresas a las que pertenecen en pro de la sostenibilidad ambiental.

Así, Benigno López, jefe de la división de Medio Ambiente de Emasesa, ha señalado que “las empresas que gestionan el ciclo urbano del agua somos los principales operadores ambientales de nuestro entorno y dado que gestionamos un recurso básico para la vida y el desarrollo económico tenemos la obligación de ser impulsores y agentes de transformación ambiental en nuestro entorno”. Teniendo en cuenta la importancia del agua, ha afirmado que “con independencia de la toma de medidas para reducir nuestras

emisiones de gases de efecto invernadero y mitigar nuestra contribución al cambio climático, debemos adaptarnos al cambio ya existente marcado por periodos de sequía y lluvias torrenciales”.

Por su parte, José Caraballo, director general de Aborgase, ha centrado su intervención en la Economía Circular, señalando que “desde nuestra entidad hemos establecido estrategias para promover proyectos de Inversión e Innovación Circular en las áreas de biorresiduos, plásticos, biogás y rechazos. La Economía Circular vive un momento de enorme vivencia, no sólo por los cambios normativos que la están fomentando sino también por las oportunidades de financiación y la especial sensibilidad social y empresarial por la sostenibilidad ambiental”.

En este sentido, Borja Leal, Bidafarma, ha afirmado que “las empresas tienen la oportunidad de realizar esa labor de concienciación sostenible tanto hacia sus clientes como hacia sus proveedores” como ejemplo de ello, ha señalado que Bidafarma es pionera en materia de sostenibilidad

dentro del ámbito de la distribución farmacéutica.

El director de Sostenibilidad, Disponibilización y Sostenibilidad de Ence – Energía y Celulosa, Luis Javier Sánchez, ha destacado en su intervención que la circularidad y la sostenibilidad deben ser, y ya son, un requerimiento para las empresas. “Debemos caminar hacia una mayor eficiencia, muy especialmente en lo que se refiere a la energía y a los recursos naturales. En este sentido, los sumideros forestales suponen una valiosa solución para reducir la huella ambiental”, ha explicado. “Nuestra visión es que circularidad, compensación, eficiencia y sostenibilidad son las caras de una misma moneda: la de la responsabilidad en la gestión”, ha afirmado Luis Javier Sánchez.

La consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, Carmen Crespo, quien ha resaltado el importante compromiso con la protección del medio ambiente que está demostrando el tejido empresarial de Andalucía y se ha mostrado “absolutamente convencida” de que “Andalucía tiene por delante un futuro halagüeño gracias a la unión de las empresas y las administraciones públicas para alcanzar este objetivo común”. “La sostenibilidad es un compromiso moral que tenemos con la sociedad y que, además, ofrece nuevas oportunidades a las empresas”, ha comentado Crespo en relación a que “el consumidor tiene en cuenta, cada vez más, si las empresas apuestan por métodos sostenibles para la fabricación de sus productos”.

El RETA suma 1.913 autónomos en abril en Andalucía



▶ **Rafael Amor:** “Andalucía es una tierra de oportunidades”

▶ El crecimiento del 2% interanual es positivo (+10.987 autónomos desde abril de 2021)

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, MARZO 2022 - ABRIL 2022

	MARZO 2022	ABRIL 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	61.635	61.772	137	0,2
CÁDIZ	64.678	65.167	489	0,8
CÓRDOBA	54.128	54.238	109	0,2
GRANADA	67.530	67.578	48	0,1
HUELVA	29.138	29.290	152	0,5
JAÉN	42.324	42.474	151	0,4
MÁLAGA	126.823	127.305	482	0,4
SEVILLA	116.919	117.264	345	0,3
ANDALUCIA	563.174	565.087	1.913	0,3
ESPAÑA	3.323.536	3.332.636	9.100	0,3

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

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, ABRIL 2021- ABRIL 2022

	ABRIL 2021	ABRIL 2022	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	61.046	61.772	726	1,2
CÁDIZ	63.353	65.167	1.814	2,9
CÓRDOBA	53.716	54.238	522	1,0
GRANADA	66.384	67.578	1.194	1,8
HUELVA	28.628	29.290	662	2,3
JAÉN	41.998	42.474	477	1,1
MÁLAGA	123.974	127.305	3.331	2,7
SEVILLA	115.002	117.264	2.261	2,0
ANDALUCIA	554.100	565.087	10.987	2,0
ESPAÑA	3.292.932	3.332.636	39.704	1,2

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

Los datos de paro, de empleo y de afiliación de autónomos en Andalucía son muy positivos. “Andalucía es una tierra de oportunidades y el empleo así lo demuestra este mes”, ha asegurado Rafael Amor, presidente de ATA Andalucía. “Son datos que nos hacen ser optimistas de cara a la primavera y verano y nos hacen pensar que a pesar de la situación del país, Andalucía sigue creciendo, creando actividad económica y generando oportunidades”.

Los datos

Si analizamos los datos de abril, Andalucía suma 1.913 autónomos, un incremento del 0,3%, siendo Cádiz la provincia con un mayor impulso autónomo ya que crece un 0,8% en un mes, con un incremento del 0,8% de autónomos. Por encima de la media regional crecen Huelva con un 0,5% y Jaén y Málaga con un 0,4%.

Son las autónomas las que más crecen en el último mes en Andalucía, sumando 1.008 trabajadoras autónomas, lo que supone un incremento del 0,5%.

Por sectores, arrastrados por las fechas, destaca el incremento del 1,2% de la hostelería y el 1,9% de las personas trabajadoras autónomas que trabajan en actividades artísticas y de entretenimiento.

Además, en términos interanuales, el ritmo de crecimiento del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) en España es del 1,2%, mientras que Andalucía suma un 2% en un año. De nuevo es Cádiz la provincia que más impulso tienen en un año, creciendo en un 2,9% los autónomos de la provincia. Un crecimiento que si exceptuamos el de las islas (Canarias y Baleares) es el más impulso de toda España. El paro registrado ha bajado en mayo en más de 33.000 personas respecto al mes anterior, un descenso del 4,1%, un descenso que duplica la media nacional.

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, MARZO 2022 - ABRIL 2022

ANDALUCIA	MARZO 2022	ABRIL 2022	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	360.462	361.367	905	0,3
MUJERES	202.712	203.720	1.008	0,5
TOTAL	563.174	565.087	1.913	0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- [Abril 2022](#)**EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, MARZO 2022 - ABRIL 2022**

SECTORES ANDALUCIA	MARZO 2022	ABRIL 2022	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	58.546	58.587	41	0,1
INDUSTRIA	32.078	32.097	19	0,1
CONSTRUCCION	55.972	56.109	137	0,2
COMERCIO	148.553	148.578	25	0,0
TRANSPORTES	31.125	31.114	-11	0,0
HOSTELERIA	57.099	57.798	699	1,2
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	9.160	9.192	32	0,3
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.513	10.540	28	0,3
ACT. INMOBILIARIAS	10.049	10.094	45	0,4
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	44.332	44.553	221	0,5
ACT. ADMINISTRATIVAS	20.898	21.046	148	0,7
EDUCACION	14.742	14.795	53	0,4
ACT. SANITARIAS	22.234	22.345	111	0,5
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	11.449	11.664	216	1,9
OTROS SECTORES	36.424	36.574	150	0,4
TOTAL	563.174	565.087	1.913	0,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- [Abril 2022](#)



CEA insiste en la necesidad de incentivos a las empresas para favorecer las contrataciones

► La patronal andaluza celebra el liderazgo de la Comunidad en el descenso del paro, todavía en un escenario internacional de extrema complejidad con la invasión de Ucrania y la escalada de los costes de la energía

Según la Encuesta de Población Activa (EPA) publicada este jueves, Andalucía suma un total de 775.900 parados. Es en nuestra Comunidad en la que, en términos absolutos, más disminuye el número de parados en el primer trimestre del año: son 45.900 menos, frente al aumento en España de 70.900 pa-

rados más. Andalucía es también la región con el mayor descenso de parados respecto al año pasado: 112.100 parados menos que el primer trimestre de 2021.

Nuestra Comunidad cuenta con 3.217.800 ocupados. Son 32.000 menos que en el trimestre anterior, pero 165.600 ocupados más que en el mismo trimestre de 2021. La tasa de paro en Andalucía, del

19,43%, ha descendido 5,31 puntos en el último lustro. Aun así, supera en 5,78 puntos la tasa nacional (13,65%).

Almería es la única provincia en la que se registra un aumento del número de parados respecto al trimestre anterior. Por sectores, Construcción es el único que presenta un aumento de ocupados respecto al último trimestre de 2021.

A la luz de estos datos de la EPA, desde la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) se observa que la bajada del paro no ha sido suficiente para frenar la caída en el número de ocupados. El contexto de incertidumbre ha hecho mella en las empresas andaluzas en este inicio del año 2022: a la pandemia se han sumado los efectos de la invasión de Ucrania; la escalada de los costes de la luz y la energía, en general, y la huelga en el sector del transporte en marzo. Por otro lado, y a diferencia de años anteriores, el sector Servicios no ha tenido el empuje de la celebración de la Semana Santa, -más

tardía este 2022-, que tradicionalmente aumenta la cifra de ocupados.

Será en el próximo trimestre cuando se puedan constatar los efectos de la reforma laboral con el nuevo régimen de contratación, unidos al comienzo de periodos vacacionales y otros eventos de carácter festivo de gran repercusión en nuestra Economía.

Por ello, desde CEA se insiste en la necesidad de generar estímulos que contribuyan a mejorar la capacidad productiva de nuestras empresas. La estabilidad en el empleo también ha de alentarse a través de la contratación indefinida, no solo en la limitación de la contratación temporal, junto con otros incentivos económicos o fiscales. Es necesario que nuestros costes laborales estén relacionados con nuestra productividad.

Para CEA es clave que todos los actores de las relaciones laborales sean conscientes de la importancia de los próximos meses en nuestro mercado laboral, debiendo actuar y responder con responsabilidad ante los retos e incertidumbres en torno a la Economía y a su evolución positiva en el escenario de la recuperación pos-COVID.

Fundación "La Caixa" y CEA, por la reinserción laboral

Arranca la tercera edición de "Transformando Futuro", programa volcado en el "talento senior" de los andaluces mayores de 45 años



► Medio centenar de profesionales desempleados o inmersos en un proceso de mejora de su situación laboral son los protagonistas de un proceso de reinserción laboral que contempla desde asesoramiento personalizado a talleres grupales. La edición que arranca este miércoles se desarrollará hasta el 29 de junio

La del programa "Transformando Futuro" es una historia de éxito, que enorgullece de manera especial a las instituciones y a los profesionales implicados en él. Son ya cien los andaluces que han participado en el proceso de crecimiento laboral y personal que brinda este programa gratuito. Hoy arranca su tercera edición tras otras dos que, a pesar de las limitaciones por el contexto COVID, resultaron determinantes para la transformación

de las trayectorias de profesionales de todos los sectores y de las ocho provincias andaluzas.

Así, la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y CaixaBank revalidan su compromiso con los andaluces desempleados o en proceso de mejora de su situación laboral con "Transformando Futuro", una palanca para la reinserción laboral. En su historia, el programa ha atendido las necesidades específicas de los jóvenes menores de 25 años y de los andaluces mayores de 45 años.

Justo es en este segmento poblacional de "talento senior" en el que se vuelca esta tercera edición, con un primer grupo de profesionales maduros. Son en total 50 los usuarios participantes; mayores de 45 años desempleados o que llevan menos de tres meses como autónomos o desarrollando una idea de negocio. Al concluir el proceso, y tras la adquisición de nuevas herramientas y técnicas, podrán reorientar su futuro gracias con un renovado autoconocimiento de sus habilidades.

Una mirada al futuro con confianza

La propuesta de "Transformando Futuro" abarca desde talleres grupales, online y presenciales, al asesoramiento directo e individualizado de los participantes, a quienes el equipo técnico experto ayudará a diseñar un plan de empleabilidad personalizado enfocado a la búsqueda de trabajo por cuenta ajena o al autoempleo. El programa de esta tercera edición, con 72 horas de talleres, aspira a la recapitación de estos andaluces, en un punto de inflexión de sus carreras profesionales, en fundamentos empresariales como el control de gestión y evaluación de documentos económicos y financieros; el liderazgo y la gestión de equipos y clientes; marketing y diseño de planes de negocio, así

como la construcción de una marca personal. Ya al término del programa dispondrán de un espacio físico para el arranque de sus proyectos de negocio.

La sede de CEA en Sevilla ha acogido la sesión inaugural de esta tercera edición, con la participación de la directora de Banca de Instituciones de CaixaBank, Vivian Martínez Roncero, y de la directora de Programas y Proyectos de CEA, Reyes Gómez, quien ha subrayado: "Con 'Transformando Futuro' esperamos ayudar a personas que, aun teniendo experiencia, capacidades y potencial, muy valorables para las empresas, no saben cómo hacerlas visibles o incluso reconocerlas en sí mismas. Se trata, en definitiva, de aportarles herramientas para que afronten un nuevo proyecto profesional con mayor seguridad y confianza".

Las Cámaras fomentan la sostenibilidad con su participación en la Mesa para el Autoconsumo Energético de Andalucía



► Elaborado un documento de utilidad con las cuestiones y dudas más frecuentes que se plantean las empresas para impulsar una instalación de autoconsumo

El Consejo Andaluz de Cámaras de Andalucía participa en la Mesa para el Autoconsumo Energético de Andalucía impulsada por la Junta a través de la

Agencia Andaluza de la Energía con el objetivo de avanzar en la sostenibilidad y en el desarrollo de las energías renovables a través del fomento de este tipo de instalaciones en las empresas y también en consumidores residenciales.

Esta mesa ha elaborado un documento con las preguntas y cuestiones más frecuentes que se plantean en este ámbito, especialmente para las empresas y consumidores que se plantean apostar por este tipo de instalaciones, con el obje-

tivo de aclarar los pasos a seguir y solventar las dudas más comunes a la hora de acometer esta iniciativa que reduce la factura de la luz y contribuye a la lucha contra el cambio climático.

Entre los asuntos que se explican están aspectos como el proceso y trámite a seguir para realizar esta instalación, qué tipo es la que más se adapta a nuestra realidad ener-

gética, las posibilidades de satisfacer nuestra demanda de consumo y también la de generar excedente energético y lograr beneficios al transferirlo a la red, así como la opción de implantar una instalación de autoconsumo colectiva.

La mayoría de estas instalaciones son de generación energética a través de paneles solares fotovoltaicos que se colocan en los tejados de los edificios o naves para aprovechar una fuente limpia y abundante en Andalucía como es la generada por el sol. A continuación dispones de un enlace con toda la información detallada que necesitas para impulsar un proyecto de autoconsumo.

El Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio y Carmila, empresa que gestiona las galerías comerciales de Carrefour, han firmado un nuevo acuerdo de colaboración por segundo año consecutivo con el objetivo de impulsar la actividad comercial y el empleo de la comunidad autónoma.

La cooperación entre las Cámaras de Andalucía y esta empresa, que gestiona los locales contiguos a 20 hipermercados Carrefour en Andalucía, permitirá el impulso de iniciativas de formación a través de la organización de webinars y talleres relacionados con las últimas tendencias en el comercio para abrir paso a estos profesionales y emprendedores.

El convenio facilitará la colaboración de Carmila en los eventos organizados por Cámaras Andalucía participando en foros de empleo, realizando ponencias, jornadas formativas y acciones de lanzamiento para comerciantes y emprendedores. Todas estas actividades nacen con el objetivo de potenciar el desarrollo de la actividad de los operadores, aumentar su visibilidad y mejorar sus estrategias.

La renovación del acuerdo se ha hecho efectiva esta misma semana

El Consejo Andaluz de Cámaras renueva su colaboración con Carmila para impulsar el comercio en la región

► Esta colaboración con la gestora de las galerías de Carrefour permite reforzar los lazos con esta empresa para dinamizar el comercio y apoyar a los emprendedores locales



con la firma de la directora gerente de las Cámaras andaluzas, Mercedes León, y la presidenta y directora general de Carmila, Marie Cheval, que estuvieron acompañadas de la secretaria general del Consejo cameral andaluz, Estrella Freire,

y el director general de Carmila en España e Italia, Sebastián Palacios. Con este convenio se pretende conectar cada vez más a la inmobiliaria con comerciantes y pequeños emprendedores locales para fomentar el desarrollo de sus

proyectos y objetivos.

La directora gerente del Consejo Andaluz de Cámaras, Mercedes León, considera este convenio “un impulso a la colaboración efectiva con la iniciativa privada para dinamizar la actividad del comercio andaluz y para fomentar nuevos proyectos generadores de empleo y riqueza, aprovechando el lugar privilegiado y las potencialidades que ofrecen estos los locales anexo a estos hipermercados”.

Por su parte, la CEO de Carmila, Marie Cheval, dijo que “estar cerca de los comerciantes y pequeños emprendedores andaluces es primordial, ya que es la región donde se encuentra la mayor parte de nuestros centros y nuestro principal objetivo es impulsar el sector

en la zona”.

El Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio refuerza su función y compromiso con el desarrollo del comercio en la región, llevando a cabo planes de acción y proyectos dirigidos al despegue de pequeñas y medianas empresas del sector como se recoge en este convenio.

Además, Carmila sigue apostando así por la integración local en sus diferentes áreas de influencia, creando sinergias que potencien el comercio. La renovación del convenio responde a la estrategia de innovación y Responsabilidad Social Corporativa de la compañía francesa bajo su programa “Aquí Actuamos” por el territorio. Carmila dispone en Andalucía de un total de 420.000 metros cuadrados de superficie comercial en los 20 centros de Carrefour en la comunidad, de un total de 78 que tiene a nivel nacional.

Hub Palace y Mahalo Poké, ganadores de los premios AJE Granada 2022



► Las dos empresas granadinas optarán ahora al galardón regional, que tendrá lugar en Almería en octubre de 2022

La Asociación de Jóvenes Empresarios de Granada entregó en el centro de Formación Profesional de la Inmaculada los premios patrocinados por Caixa Bank a las dos empresas más destacadas del año. En esta ocasión, las galardonadas han sido Hub Place en la categoría de Iniciativa Emprendedora y Mahalo Poké como mejor Trayectoria Empresarial. Ambas competirán ahora con el resto de provincias andaluzas al premio regional que AJE tiene previsto entregar en Almería en octubre de 2022.

También tuvieron reconocimiento las empresas que recibieron los accésits. Innovación y como primer finalista Citipix y la consultora Igualándote con el accésit de diseño e identidad corporativa.

Bajo el lema “Volver a Conectar”, clara referencia al duro trabajo que supone desarrollar cualquier proyecto empresarial, así como a las innumerables vicisitudes que se encuentran en el trayecto, AJE quiere homenajear a los jóvenes andaluces empresarios que han destacado por su ingenio, su innovación, por su pasión y por su arraigo empresarial.

Precisamente son estas personas las que han puesto en peligro sus propias situaciones personales y laborales para crear riqueza y empleo en contra de las adversidades y sobre todo tras la pandemia, dónde muchos tuvieron que poner fin a años de trabajo o reinventarse para poder seguir adelante. Por

ellos, por ellas, que no dudaron en saltar al vacío, va dirigida esta edición de los Premios AJE 2022..

En el acto de entrega de los galardones, ha sido presentado por Fran Viñuela y también intervino un orgulloso Presidente de AJE Granada, José Antonio Martínez Amat, quien anima a los empresarios a disfrutar de la experiencia de los premios AJE los cuales “merece la pena presentarse” apuntó.

El protagonismo de estos premios lo ha tenido la hostelería. José Antonio, resalta que otros ámbitos como por ejemplo el tecnológico, “no debe quitar foco y no dejar a nadie atrás”.

En las pasadas ediciones, los galardonados de AJE Granada han sido a su vez ganadores a nivel regional, quedando AJE Granada como una de las AJE que más ediciones regionales ha conseguido a través de los siguientes proyectos.

- Edición AJE 2021 (Córdoba)
 - Iniciativa Emprendedora: Viver Kombucha (Granada)
- Edición AJE 2020 (Málaga)
 - Iniciativa Emprendedora: Factory Ecologic (Granada)
- Edición AJE 2019 (Jaén)
 - Trayectoria Empresarial: Grupo Caro Salmerón (Granada)
- Edición AJE 2017 (Huelva)
 - Trayectoria empresarial: Seven Solutions (Granada)
- Edición 2016 (Almería)
 - Iniciativa emprendedora: Naranja Intelligence Solutions | Ipharma (Granada)
- Edición 2015 (Jerez)
 - Iniciativa emprendedora: Sigma Biotech (Granada)

- Trayectoria empresarial: Osuna Sport (Granada) Edición 2014 (Córdoba)
- Mejor trayectoria empresarial: Central Broadcaster Media (Granada) Edición 2012 (Málaga)
- Iniciativa emprendedora: Oritia & Boreas (Granada)

Se ha destacado el buen nivel de los proyectos que competían en la categoría de Iniciativa Emprendedora: CITIPIX, ESCUELA INTERNACIONAL ARABE, IGUALANDOTE.

Al igual que en la categoría de Trayectoria Empresarial con los siguientes proyectos: ARTECSO, VEGGINS, HELADOS GRANADA, CLINICA SEKHMET, MOSTAZA GREENBURGUER.

El acto de entrega ha contado con gran respaldo institucional asistiendo Francisco Cuenca, Excmo. Alcalde de Granada Mercedes Garzón, Diputada de Igualdad y Juventud; Juan Carlos Aybar, Asesor de programas del IAJ; y otros representantes de las principales instituciones y organizaciones empresariales de Granada.

HUB PLACE

Empresa de logística y transporte para en un primer momento solucionar el envío de productos de las costas de Almería, Granada y Málaga hacia los principales mercados mayoristas nacionales y plataformas alimentarias del centro y norte de España.

Con un continuo crecimiento a través de servicios especializados de transporte intermodal internacional entre África y Europa, Operaciones logísticas de cargas,

descargas y transbordos, control de calidad de mercancías y en un futuro cercano en nuestras nuevas instalaciones en el Puerto de Motril, contaremos con la primera plataforma logística de la Costa de Granada especializada en productos agro alimentarios en atmósfera controlada, con figuras aduaneras como ADT, LAME, DDA, DA, donde ofreceremos los servicios de almacenaje, transbordo de mercancías, arrastre y acarreo de semirremolques desde buque a destino o a nuestro centro logístico, pasando o no por las inspecciones fitosanitarias requeridas.

De esta manera nuestro objetivo es convertirnos en una solución 3PL (Third Party Logistics) global para nuestros clientes.

Desde el comienzo de la actividad comercial, el principal servicio ha sido el cross docking hortofrutícola. Esto básicamente quiere decir que se recogen palets de productos hortofrutícolas que necesitan control de temperatura en el transporte, los llevan hasta el centro logístico en Motril y desde ahí sale para las rutas fijas y diarias. De esta manera un productor puede enviar su palet de productos hacia Mercamadrid a las 19:00 de la tarde y tenerlo en destino antes de las 03:00 de la mañana o en Mercabilbao a primera hora de la mañana.

Esto aporta una gran agilidad comercial a los pequeños y grandes productores de las zonas productivas y lo más importante hace que pequeños productores y agricultores puedan competir en igualdad de condiciones con las grandes empresas hortícolas. De esta manera los productores pueden entregar sus productos en menos de 18 horas en los principales mercados manteniendo la frescura de sus productos en óptimas condiciones a partir de 4 céntimos el kilo.

MAHALO POKÉ

Mahalo Poké se creó con una vocación de franquicia desde su nacimiento. Ofrece comida rápida saludable para tomar en el restaurante, llevar o pedir a domicilio.

El poké bowl se ha convertido en uno de los platos de moda en España. Es un plato con raíces hawaianas donde los nativos comían pescado crudo, amasado con los dedos o cortado transversalmente en pedazos (significado literal de la palabra poké). Hoy en día el clásico poké bowl ha ido sufriendo variaciones, adaptándose a los gustos de las diferentes culturas, convirtiéndose en un plato irresistible para todo tipo de público.

En Mahalo Poké el cliente puede crear su poké bowl a su gusto, eligiendo los ingredientes que lo componen, consiguiendo un plato fresco, de máxima calidad y sabroso.

¿Qué aporta Mahalo Poké?

Los consumidores cada vez vivimos más rápido, con menos tiempo para dedicar a la elaboración de los menús diarios pero cada vez más concienciados de que una buena alimentación es la base de nuestra salud.

Es por ello que en Mahalo Poké ofrecemos una alternativa a la comida rápida tradicional, apostando por ingredientes sin procesar, sin aditivos, de la tierra y con la máxima calidad.

Todo el menaje de nuestros restaurantes es de un solo uso, para que los clientes puedan disfrutar de nuestros productos tanto en los propios restaurantes como fuera de ellos. De esta forma, aseguramos también una mayor rotación en nuestras mesas.

Mahalo Poké comenzó en 2018 con el restaurante de Granada y en ese mismo año ya abrimos nuestra primera franquicia en Alicante.

En 2019 se abrieron 5 locales, en 2020 y pese a la situación sumaron 9 restaurantes más y en este último año han visto incrementados la cifra en 7 locales. En lo que llevan de 2022 ya han abierto 2 locales más hasta alcanzar los 24 operativos en la actualidad.

En 2021 la facturación fue de 8,5 millones de €, suponiendo un crecimiento con respecto al año anterior del 117%.

Para el año actual, la previsión de nuevas aperturas es sumar 10 establecimientos adicionales a los ya abiertos en este primer cuatrimestre del año.



El BOJA publica la convocatoria de ayudas al mantenimiento de empleo con 10 millones de fondos europeos

► El programa incluye ayudas de 4.500 euros para costes salariales durante seis meses en los que la empresa debe realizar una actuación para la transición hacia la economía verde o digital

La Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo, a través del Servicio Andaluz de Empleo (SAE), ha puesto en

marcha un programa destinado a mantenimiento del empleo de los trabajadores por cuenta ajena contratados por microempresas y trabajadores autónomos, así como los socios-trabajadores y de traba-

jo de empresas de emprendimiento colectivo, con una dotación presupuestaria de 10 millones de euros procedentes de fondos europeos, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Esta actuación, denominada “Nuevos Proyectos Territoriales para el reequilibrio y la equidad. Emprendimiento y microempresa”, contempla una ayuda de 4.500 euros a tanto alzado para compensar parte de los costes salariales de los trabajadores asalariados de la microempresa o de la persona trabajadora autónoma o de las personas socias-trabajadoras o de trabajo de la empresa beneficiaria, durante un plazo de seis meses, período en el cual la empresa además debe comprometerse a realizar una actuación que facilite la transición de su actividad hacia la economía verde o digital.

Podrán ser beneficiarias de estas subvenciones trabajadores autónomos; microempresas (que no cuenten con más de diez trabajadores y un volumen de negocio inferior a dos millones de euros); cooperativas y sociedades laborales, que tengan centro de trabajo en Andalucía.

La convocatoria publicada ayer en el BOJA (<https://juntadeandalucia.es/eboja/2022/89/BOJA22->

089-00022-7659-01_00260922.pdf) para acceder a estas ayudas establece un plazo para estas entidades de dos meses a partir de hoy 13 de mayo y hasta el 12 de julio para presentar las solicitudes. La tramitación se realiza a través de la Ventanilla Electrónica del Servicio Andaluz de Empleo, en la siguiente dirección: <https://ws109.juntadeandalucia.es/vea-web/>.

Hasta seis líneas de ayudas

Este programa está incluido en el Decreto-ley (<https://juntadeandalucia.es/boja/2021/241/2>) aprobado por el Consejo de Gobierno en diciembre de 2021, en el que se desarrollan hasta seis líneas de incentivos y que prevén alcanzar los 25.000 beneficiarios. Estas medidas van a suponer una inversión en la comunidad autónoma de más de 167,7 millones de euros a lo largo de este año, destinados a favorecer la contratación de distintos colectivos, así como el mantenimiento de empleo y el desarrollo de proyectos emprendedores enclavados en la economía verde y digital.

Entre los colectivos beneficiarios se encuentran jóvenes desempleados; mujeres de los ámbitos rural y urbano en poblaciones de menos de 5.000 habitantes (beneficiarias de esta primera medida puesta en marcha); colectivos vulnerables como personas con discapacidad, parados de larga duración o inmigrantes; así como microempresas, trabajadores autónomos y cooperativas en proyectos relacionados con la economía verde y la digitalización.

La mayoría de estas ayudas (5 de las 6 líneas) serán gestionadas por el Servicio Andaluz de Empleo, en concurrencia no competitiva y se concretarán en las correspondientes convocatorias que se publicarán en BOJA y difundirán a través de la web de este organismo: <https://la-junta.es/3m61v>.



EDIFESA
Ingeniería y Medio Ambiente

- Ingeniería
- Consultoría Medio Ambiental
- Tecnología, Investigación y Desarrollo

gransendademalaga.es

APP DE REALIDAD AUMENTADA DE LA GRAN SENDA DE MÁLAGA



POINT

App basada en la Realidad Aumentada para guiar a los senderistas por la Gran Senda de Málaga (GR-249)

Descarga la app



Descargar en Google play



Descargar en App Store

malaga.es/medioambiente

Diputación Provincial de Málaga

Gran Senda de Málaga



La economía andaluza. Presente y futuro.

OPINIÓN

MANUEL

PAREJO GUZMÁN

DOCTOR EN ECONOMÍA CON

MENCIÓN INDUSTRIAL.

PROFESOR DE ECONOMÍA

FINANCIERA Y CONTABILIDAD.

UNIVERSIDAD PABLO DE

OLAVIDE

 Manuel Parejo Guzmán

El objeto principal de esta tribuna es analizar a través de algunos datos objetivos -déficit, PIB, paro, creación de empresas, etc.-, como ha evolucionado en los últimos años/meses la economía andaluza. No pretendo valorar la gestión económica de ningún gobierno. No obstante, sí me gustaría, aprovechando la oportunidad que me brinda Tribuna de Andalucía, compartir algunas reflexiones y ofrecer mi punto de vista sobre ciertas cuestiones que podrían contribuir al objetivo, creo que compartido por todos, de mejorar la situación económica de nuestra Comunidad.

De acuerdo con los datos ofrecidos por el Ministerio de Hacienda, en los últimos años Andalucía ha cerrado su presupuesto de manera equilibrada. En 2020 obtuvo un superávit del 0,07 % y en 2021 un leve déficit del

-0,19% (305 millones sobre un presupuesto total de 40.188 millones de euros).

A final de abril, la agencia de calificación crediticia Standard & Poors anunció que elevaba de estable a positiva la calificación otorgada a la Junta de Andalucía, expresando incluso su disposición a revisar al alza su calificación de BBB+ a A-. La agencia llegó incluso a destacar que “el resultado presupuestario de Andalucía en 2021 fue mejor de lo que había previsto”. Además manifestó expresamente su “confianza en la capacidad de los gestores de la comunidad para contener el crecimiento del gasto, dado el compromiso demostrado hasta la fecha con la consolidación presupuestaria”. Una mejora en la calificación crediticia de una CCAA implica la posibilidad de poder financiarse a tipos más baratos y por tanto contar con más recursos para invertir en sanidad, educación e infraestructuras que contribuyan a generar competitividad, valor y empleo.

Pero no menos importantes son los datos del PIB, que en el primer trimestre de 2022 creció en Andalucía un 6,8% en relación al mismo periodo de 2021, según la información aportada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). En España, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el crecimiento se situó en el 6,4%. En la UE en el 5%. Si analizamos las cifras que ofrecen estas mismas fuentes relativas a los años 2020 y 2021, Andalucía sigue superando a España.

En cuanto al desempleo, si bien es cierto que en el mes de abril Andalucía lideró el

descenso del paro en España, según datos del Servicio Público de Empleo Estatal, conviene hacer un análisis a más largo plazo que nos permita sacar mejores conclusiones; nos centraremos en el periodo 2019-2021. Durante este trienio, el paro en España pasó del 13,78% al 13,4%, lo que supuso una reducción relativa del 2,75%. En el mismo periodo, en Andalucía pasó del 20,8% al 20,2%, lo cual supuso una rebaja del 2,9%. Pero cabe destacar que en el primer trimestre de 2022 el paro cerró en Andalucía por debajo del 20%, concretamente en el 19,4%, por lo que la evolución parece bastante positiva.

En cuanto al ritmo de creación de empresas, según la información aportada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), entre febrero de 2021 y febrero de 2022, las sociedades mercantiles crecieron en Andalucía un 8,8 %, mientras que en España crecieron un 5,1 %. Andalucía, tras las CCAA de Madrid y Cataluña, fue la que más sociedades mercantiles creó en febrero de 2022.

En pocas semanas los andaluces acudirán a las urnas para elegir el gobierno de la comunidad para los próximos cuatro años. Con independencia del color político de quien o quienes reciban el mandato, en una situación económica compleja como la que afecta a nuestro país, con alta inflación, crecimiento insuficiente del PIB y endeudamiento y déficit considerables, parece relevante que el gobierno electo no se olvide de algunas cuestiones importantes.

En primer lugar, resultaría muy positivo para la economía andaluza contar con un gobierno estable que aporte seguridad jurídica y que sea capaz de elaborar y aprobar presupuestos equilibrados que se traduzcan en un marco atractivo para la inversión empresarial.

Por otro lado, en una situación inflacionista como la actual -inflación de oferta que nada tiene que ver con los procesos inflacionistas de demanda-, una bajada de impuestos podría suponer un gran incentivo para atraer y generar inversión empresarial, contrarrestando así, en parte, las subidas de tipos anunciadas por la presidenta del BCE. Obviamente no estamos hablando de bajar impuestos a los ricos.

En tercer lugar, sería de gran importancia que la administración pública apoyara de manera decidida al tejido empresarial, dado que es este el único generador de empleo y riqueza. En este contexto resultaría imprescindible apostar sin complejos por la flexibilidad, por la reducción de trámites burocráticos innecesarios y por acelerar, en la medida de lo posible, la puesta en marcha de proyectos empresariales, cumpliendo de manera escrupulosa, por supuesto, con la normativa vigente.

Para finalizar, añadiría que es fundamental que el desarrollo de la política económica del gobierno se base en presupuestos equilibrados. En este sentido es posible que haya que pensar en recortar gasto corriente innecesario e improductivo, que lo hay, y destinar esos recursos a reforzar cuestiones tales como la sanidad, la educación, las políticas sociales y las inversiones en infraestructuras útiles, que contribuyan a vertebrar la CCAA y a mejorar la competitividad de las empresas y la calidad de vida de los ciudadanos.

A buen seguro los andaluces tomarán la decisión más acertada el próximo 19 de junio a la hora de elegir el gobierno que regirá su destino durante los próximos 4 años; esa es la democracia. Espero y deseo, en cualquiera de los casos, que ese gobierno, por el bien de todos, acierte en sus decisiones.

OPINIÓN

ANTONIO RIVERO ONORATO

PERIODISTA. DIRECTOR DE GRAYLING EN ANDALUCÍA

in Antonio Rivero Onorato

El periodismo no es lo que era, empezamos con esa rotundidad. Hoy en día los periodistas se enfrentan a jornadas maratónicas sin tiempo de contrastar bien los temas y con la necesidad de no meterse en charcos innecesarios. Son pocos los periodistas que pueden escribir lo que quieren sin tener en cuenta ciertas variables que condicionan su trabajo, como, por ejemplo, la famosa línea editorial del que te paga. Y si hay que escribir de empresas u organizaciones y éstas son anunciantes o patrocinadores... pues también se condiciona la información, no le quepa duda.

Una vez que se entiende esta situación se comprenden muchas cosas y se pueden analizar muchos titulares, que cada vez más, no representan a las noticias, sino que buscan clickeos de los internautas. Ya no se escriben los titulares para resumir o anunciar un contenido, ya se redactan los titulares para que alguien haga click en la noticia, aunque luego no tengan mucha relación lo uno con lo otro.

Así nos encontramos que los medios publiquen informaciones que han editado otros sin ni siquiera contrastarlas, ampliarlas o personalizarlas, en definitiva, si alguien dice una burrada, esa burrada aparecerá en 30 o 40 medios, casi todos digitales, sin apenas variaciones. La famosa inmediatez, incrementada por las redes sociales, que posiciona a los medios para el reparto de la tarta publicitaria.

Por supuesto que no todo es así, afortunadamente hay medios independientes y muy profesionales de los que presumir y compañeros ejemplares que son referentes para muchos de nosotros que nos dedicamos a esto de comunicar. Pero por desgracia son pocos.

Tufillo electoral

Y es este contexto el que se magnifica en un periodo electoral. Estamos en la era del todo vale, cualquier disparate de un político local, de un empresario irrelevante o de un famosillo puede ser elevada a noticia del día y luego endulzada con los topicazos de la ética, el ecologismo, la libertad de prensa... Hoy podemos acusar a quien queramos de lo que queramos, sin necesidad de ir a los tribunales. Basta lograr que algún



La realidad de los medios de comunicación y el tufillo electoral

medio residual se haga eco de tus declaraciones y ya has conseguido el daño que buscabas, aun sabiendo que lo que dices es malintencionado y falso.

Debemos defender como periodistas y como sociedad la esencia del periodismo que informa y que contribuye a formar lectores críticos y rechazar supuestos medios

de comunicación en los que prevalece la cantidad sobre la calidad. Porque todos somos lectores y queremos leer, escuchar, analizar todas las fuentes de una información, no solo una de ellas reforzada por sus aduladores. A diario podemos leer noticias críticas sobre empresas sin que se recoja en la información la versión de dicha compañía, y empieza a ser demasiado habitual. ¿Dónde va quedando aquello de contrastar las noticias que aprendimos en la facultad de Periodismo? Y ojo con utilizar a actividades industriales como arma política, ojo con el empleo de miles de personas. No será la primera vez que cierra una empresa por presiones políticas y luego, como siempre, años de arrepentimiento, lo hemos visto en Cádiz, Huelva, Jaén...

Si las campañas electorales duraran 15 días pasaría todo relativamente rápido, pero por desgracia duran mucho más. La campaña en Andalucía empezó hace tiempo y sacará, como siempre, lo peor de todos. Ojalá diéramos ejemplo desde el sur con un periodo electoral que dé a conocer propuestas serias, reales y plausibles, y no campañas que consideran al ciudadano de inteligencia limitada. Y los periodistas también debieran huir de ese tufillo electoral que impregna todas las informaciones, sean políticas, económicas o incluso sociales.

Focalizar en lo negativo

Y lo peor de todo es focalizar en lo negativo. Si seleccionas al azar diez noticias de cualquier periódico, ¿qué porcentaje son positivas? Pocas. Es algo que desgraciadamente es habitual, centrarse en lo destructivo y lo negativo, sin atender al periodismo de demanda social. Toda noticia tiene varias lecturas y varios protagonistas, intentemos que todas y todos estén representados.

A partir de ahora y hasta el 19 de junio leeremos en los medios acerca de todos estos temas manidos que le dan rédito político a muchas organizaciones y personas muy concretas.

Serán de nuevo noticia los capítulos de presunta corrupción del pasado, se recuperarán denuncias ecologistas, especialmente en Huelva, y volverán las guerras internas en los partidos... Veremos a los partidos políticos hacer bandera de temas sobre los que en los últimos tres años y medio no han avanzado ni un ápice ni han interesado, pero que ahora pueden señalarse y utilizar a las personas teóricamente afectadas en su beneficio político sin que tengan que rendir cuentas futuras.

Empieza un nuevo tiempo electoral donde el que más tiene que perder es el que entra en el juego de las provocaciones. Como me decían de pequeño, nunca pelees con un cerdo en el barro, porque tú te manchas mientras él disfruta.



Agricultura sostenible, la asignatura pendiente y el futuro del campo andaluz

OPINIÓN

MONTSERRAT GODOY

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

 Montse Godoy

 @montserratgodoy

Esta muy de moda el concepto de agricultura sostenible. ¿Pero sabemos su significado? - Definimos la agricultura sostenible como un sistema de prácticas agrícolas ecológicas basado en innovaciones científicas a través de las cuales es posible producir alimentos saludables con prácticas respetuosas para el suelo, aire, agua, y respetando los derechos y salud de los agricultores.

Los consumidores cada vez están más preocupados por la salud y el cambio climático, las grandes cadenas de supermercados enfocan a sus proveedores hacia la producción sostenible, donde el impacto medioambiental y la salud van de la mano para cuidar a las generaciones venideras.

La agricultura sostenible persigue satisfacer las necesidades humanas de alimentación saludable mediante los siguientes principios básicos: la mejora de la calidad en el medio ambiente, la preservación de los recursos naturales, el uso eficiente de los recursos agrícolas y de las fuentes de energía no renovables, la adaptación a los ciclos naturales biológicos, así como el apoyo al desarrollo económico rural y a la calidad de vida de los agricultores.

Para conseguir una agricultura sostenible los agricultores deben sobre todo anticiparse a los cambios: reconocer, aceptar, planificar y actuar en consecuencia. Crear estrategias para utilizar los recursos y superar las limitaciones, maximizar la calidad en todas las etapas de la actividad agrícola, no conformarse con productos o servicios de calidad subóptima. En definitiva, una buena gestión empresarial.

Tener en cuenta que las granjas sostenibles son ante todo y principalmente negocios, en los cuales el beneficio obtenido se puede reinvertir internamente o para otros fines sociales u otras metas ambientales. Asumir los riesgos necesarios, incurrir en

deudas asumibles e invertir considerando oportunidades y dificultades, tanto en el medio como en el largo plazo.

Los cuatro modelos de agricultura sostenible (la agricultura ecológica, la agricultura biodinámica, la permacultura y la producción integrada) tienen el mismo objetivo: labrar la tierra conservando los ecosistemas naturales. Todos estos modelos de agricultura sostenible han surgido a consecuencia del grave impacto ambiental de la agricultura convencional, como por ejemplo la disminución de insectos en los cultivos, que afecta gravemente a la producción agrícola. Hoy en día las técnicas de agricultura sostenible son una buena alternativa a la agricultura convencional.

Agricultura Ecológica

La agricultura ecológica es el modelo de agricultura sostenible más conocido y extendido en Europa, e incluso puede considerarse la base de los demás modelos. Sus principales características son el uso exclusivo de las prácticas de cultivo sostenible que ayudan a preservar la biodiversidad del suelo e impiden su devastación; La prohibición del uso de fertilizantes y fitosanitarios de origen químico; La rotación de cultivos y aportación de materia orgánica para la

conservación de fertilidad del suelo; el uso de “pesticidas” naturales para combatir plagas y malas hierbas.

Agricultura Biodinámica

La agricultura sostenible biodinámica se basa en la interacción entre el suelo, los nutrientes, los microorganismos, los animales y los cultivos, y las relaciones energéticas entre estos elementos. La palabra biodinámica tiene origen griego y significa “ciencia que estudia las fuerzas vitales de la vida”. Este modelo de agricultura sostenible nace de la teoría de antroposofía desarrollada por Rudolf Steiner a principios del siglo XX.

Este modelo de agricultura sostenible se caracteriza por el uso de compuestos específicos de procedencia animal y vegetal preparados durante meses, y teniendo en cuenta los ciclos astronómicos para siembra, labranza, mantenimiento y cosecha.

Permacultura

La permacultura, o agricultura sostenible permanente, surge en Australia al observar las pingües interrelaciones en el ecosistema de la selva.

Su principal objetivo es ajustarse lo máximo posible a la naturaleza, igual a como lo hacían los pueblos indígenas durante siglos, asimismo se llegaría a la agricultura sostenible y más eficiente.

Todas estas prácticas de agricultura sostenible nos hacen cuidar de nuestro planeta, que está seriamente dañado y sobre todo adelantarnos para el problema tan serio del cambio climático que estamos sufriendo a nivel mundial. No podemos, ni debemos olvidar que el campo nos DA DE COMER y LA CIUDAD nos DA LADRILLOS.

Estamos locos... ¿o qué?

OPINIÓN

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

 José Carlos Piñero Criado



No les parece a Vdes, al igual que a mi, que cada vez que algún miembro del Gobierno de España habla, nos está tomando el pelo?

Pontifican de manera pretendidamente mayestática e incontestable, ex cátedra. Son los únicos que saben solucionar la crisis separatista, los únicos que pretenden proteger la independencia del Poder Judicial, los mesías elegidos para elevar al absoluto nuestra relación con Marruecos, los que saben cómo cuadrar el presupuesto y redistribuir riqueza (digo repartir miserias)... son tan cracks que, mientras el resto del mundo admiramos tanto talento, acabaremos cracked.

Ahora el Gobierno se ha empeñado en resolver el problema de la Inflación, para lo cual tiene un diagnóstico y varias soluciones.

El diagnóstico es que la culpa de la Inflación es de la Guerra en Ucrania. No existen ya aquellos récords de precios de la electricidad que se vienen produciendo desde verano de 2021, ni el incremento que ya en enero de 2022 sufrieron los precios.

Como soluciones, por un lado, intervienen el mercado, topando el precio del gas, a costa de que paguemos la diferencia los propios consumidores, pero más adelante. Por otro en lugar de reducir impuestos a los hidrocarburos, subvencionan el litro con 20 céntimos. Al final acabaremos financiando de nuestro bolsillo la electricidad de los países vecinos, como ya estamos financiando el combustible de Portugueses y Franceses.

A estas alturas, ¿cómo es posible que se sigan imponiendo medidas intervencionistas de los mercados?

La otra solución a la inflación es que las empresas suban los salarios de los trabajadores, como si tampoco a estas alturas supiéramos que esto incidiría en el círculo vicioso de nueva subida de precios, mayor inflación, y finalmente el colapso y recesión de la economía. Quizás piensen que el

dinero crece en los árboles, como aquel que sugirió, como solución a la crisis, emitir más papel moneda. Otro crack.

Así que realmente pienso si estamos locos por permitir todo esto. Hay organizaciones como CEOE, CEPYME y ATA que, poniendo cordura, piden prudencia en materia salarial y en cuanto a subida de cotizaciones. Y esto es lo sensato, frente a la locura de incrementar el gasto público de manera desmedida con la excusa de la Guerra, abocando a nuestro país a una nueva situación de quiebra, lo que procede es determinar nuevos criterios de variación salarial, no tanto basados en la inflación, sino en la productividad, a la competitividad, a los resultados, incluso al comportamiento del PIB. ¿Por qué el Gobierno no aplica a los funcionarios el mismo porcentaje de subida salarial que exige a los empresarios?


Al final, con la excusa de la Guerra (como antes con la excusa de la Pandemia), hemos entrado en la locura del gasto público desbocado, sin límite lógico o de sentido común, sin cuadrar las cuentas, y esto nos llevará a la locura del empobrecimiento, el paro y la crisis. No quiero ser agorero, pero todo esto ya ha ocurrido.

No quiero acabar sin reconocer que, no obstante, tanto la Pandemia como la Guerra en Ucrania, que amenaza con extenderse peligrosamente a otros lugares de Europa, están poniendo a nuestra sociedad en situaciones verdaderamente complicadas, excepcionales, muy difíciles, que a corto y medio plazo estamos todos afrontando con mucho sentido común y responsabilidad. Y por eso, aunque tilde a nuestros gobernantes de locos, no puedo sino suavizar mi consideración hacia ellos y entender que padecen una "irresponsabilidad" ínfima y menor, cuando pienso en monstruos como Putin: estamos ante un monstruo que solo se mueve por los valores de la muerte y la destrucción, por la soberbia endiosada de creerse, parafraseando a Carl Sagan, "el dueño momentáneo de una fracción de un punto"

Y es que me parece de una absoluta vigencia aquella trascendente reflexión que este científico realizó en 1990, que tituló "Un punto azul pálido" (Pale Blue Dot), que recomiendo recordar en youtube, y del que me permito reproducir este párrafo:

"La Tierra es un escenario muy pequeño en la vasta arena cósmica. Piensa en los ríos de sangre vertida por todos esos generales y emperadores, para que en su gloria y triunfo, pudieran convertirse en amos momentáneos de una fracción de un punto. Piensa en las interminables crueldades cometidas por los habitantes de una esquina del punto sobre los apenas distinguibles habitantes de alguna otra esquina. Cuán frecuentes sus malentendidos, cuán ávidos están de matarse los unos a los otros, cómo de fervientes son sus odios. Nuestras posturas, nuestra importancia imaginaria, la ilusión de que ocupamos una posición privilegiada en el Universo... es desafiada por este punto de luz pálido."

GE&PE
INGENIERIA
GESTIÓN ENERGÉTICA

 C/ Alberche, 4-C, 1ª planta. 41005 Sevilla.

 954 63 67 37

 geype@geype.com | www.geype.com

39 años mejorando la gestión energética





La importancia de la mujer empresaria al frente de una empresa familiar

OPINIÓN

ANA DE LA PEÑA FERNÁNDEZ-GARNELO
DIRECTORA GLOBAL
RULL&ASOCIADOS
CEO NUEVO
EMPRENDIMIENTO S.L.

Nadie dijo nunca, ni quedó escrito, que el camino de los emprendedores y de las personas portadoras de ideas y proyectos que pueden hacerse realidad fuera fácil,

pero más difícil todavía es quedarse parado y con las pilas descargadas. El camino es duro, pero fortalece y reconforta.

Lo que comenzó siendo hace ya más de diez años la aportación a un crecimiento exponencial de un despacho de abogados con un proyecto sostenible es, hoy en día, una empresa familiar con una marca definida y un protocolo establecido perfectamente, donde el trabajo en equipo es la clave del éxito mejor definido y donde la constancia, la disciplina y el esfuerzo llevan al crecimiento diario y al logro de objetivos.

Y cuando hablamos de todo esto hablamos de Rull&Asociados, porque todos estos valores definen a la perfección nuestra marca y, a su vez, el importante papel desarrollado por cada uno de sus miembros para llegar a donde estamos.

Yo hablo de mí, y de la importancia del papel de la mujer en el ámbito profesional y empresarial, ocupando cada vez más pue-

tos de responsabilidad y de alta dirección, aportando y dando riqueza de contenidos y con una implantación de métodos nuevos que llevan a lograr metas todavía más altas. Tratando de promover la capacitación y la superación, con un estilo de liderazgo diferente, donde la empatía y la comunicación son claves. Con una adaptación absoluta a los cambios y capacidad para superar los momentos de crisis y me remito a los hechos que se constatan a lo largo de los años para llegar a donde estamos y para conseguir el equilibrio y la estabilidad que se necesita para poder estar al servicio de la sociedad y de las personas. Es fundamental esta última apreciación, el ponerse en el lugar de otras personas, de sus dificultades, de sus preocupaciones, el ayudar a gestionar sus emociones y los problemas que necesitan soluciones jurídicas inmediatas. La mentalidad de empresa y de renovación absoluta de formatos han sido y siguen siendo funda-

mentales para marcar objetivos a corto plazo y para el crecimiento.

Una sucesión de cambios en cadena y de aplicar el sentido común con las mejores pinceladas e ingredientes de innovación, digitalización, tecnología avanzada y formato empresa: convertir un pequeño despacho jurídico con todas las ramas del derecho en activo en una pequeña-mediana empresa en crecimiento progresivo es un cambio fuerte y donde a veces no es fácil la toma de decisiones y la aplicación de políticas que son estrictas, pero necesarias para el bien común y para la obtención de resultados.

Tener un carácter emprendedor, disciplinado, con imaginación y absoluta maquiación diaria, con altas dosis de positivismo, pero siempre con los pies en la tierra y sabiendo donde estamos y hacia donde nos dirigimos con esfuerzo e ilusión, y siendo muy rectos con un protocolo estricto es lo que me ha llevado hasta aquí y lo que hace reforzar en el día a día todo y buscar nuevos métodos de crecimiento y de llegar al máximo número de personas.

Una marca familiar consolidada donde se ha dado cobertura a todas las ramas del derecho y se ha fomentado en todas las áreas la mentalidad de empresa, aplicando en cada departamento el potencial de sus grandes profesionales y conocimientos actualizados con los métodos del progreso y donde la atención personalizada y directa con una entrega absoluta a cada caso es lo que afianza y fideliza a los clientes que en definitiva son personas que necesitan de nuestras soluciones, tiempo y conocimientos.

El Transporte Público de Viajeros por Carretera, un reto para el próximo gobierno andaluz

► El apoyo a las empresas de transporte será clave para el desarrollo de la Andalucía rural en la lucha contra la despoblación

OPINIÓN

FERNANDO GARCÍA NAVARRO
ABOGADO
AUTÓNOMO

in Fernando García Navarro

La multicrisis que nos asola desde que estalló el Covid-19 y la guerra de Ucrania, obliga a adaptarnos a la realidad y a conformarnos con las medidas aprobadas por el Gobierno de España, muchas de las cuales se han adoptado de manera unilateral y sin consenso y las menos, fruto de la negociación con determinados sectores económicos y sociales afectados.

En este artículo voy a detenerme en la coyuntura en que se encuentra el sector del transporte público de viajeros por carretera, sin lugar a dudas uno de los más perjudicados, y su incidencia en el desarrollo socio-económico de la Andalucía rural.

La movilidad es parte esencial de la vida de todos los seres humanos, con independencia de su condición social, lugar de residencia o de ser propietario de un vehículo privado. Es un Derecho Fundamental consagrado en el artículo 19 de nuestra Constitución, que no solo hemos de proteger, sino desarrollar y mejorar.

El tren y el autobús nunca deben competir, sino alimentarse mutuamente en beneficio de ambos. Sólo la integración de la oferta

ferroviaria, del autobús y del transporte a la demanda, permitirá crear alternativas de movilidad atractivas al coche privado, también en las zonas rurales.

AMSIR (Alianza por la Movilidad Sostenible y la Innovación Rural), fue fundada por asociaciones, federaciones, operadores de transporte por carretera, de movilidad a la demanda y ferroviarios, empresas consultoras, instituciones académicas y compañías tecnológicas que representan unas 300 empresas e instituciones relacionadas con el transporte público de toda España, en su inmensa mayoría PYMES con arraigo en el territorio al que dan servicio. Para evitar el colapso de los operadores y garantizar la continuidad del transporte público, reivindica medidas urgentes como la reducción de los impuestos sobre los combustibles y la energía, un nuevo modelo fiscal y de financiación del transporte público, especialmente en las zonas rurales que haga innecesario el uso de los vehículos privados, y el impulso de nuevos modelos de transporte colectivo, como el Transporte a la Demanda (TAD), que las nuevas tecnologías están haciendo posible.

En las zonas rurales existe un mayor riesgo de que no se respete el derecho fundamental a una movilidad sostenible e innovadora. Por esta razón, las zonas no-metropolitanas constituyen un pilar estratégico para revertir el abandono que han sufrido muchos de los territorios menos poblados y así contribuir a la lucha contra la despoblación.

Cada vez somos más conscientes que esa lucha contra la despoblación debe contemplar las medidas que las distintas plataformas reivindicativas de la llamada "España Vacía" ponen encima de la mesa. Se denuncian las carencias del mundo rural y la necesidad de vertebrar el territorio, para evitar el aislamiento y conseguir el reequilibrio territorial. Para ello, estas plataformas proponen el denominado "Plan 100/30/30", que considera imprescindible que todos los pueblos dispon-



gan de internet a una velocidad mínima de 100 MB simétricos, estén a un máximo de 30 minutos de viaje para el acceso a servicios básicos y a una distancia no superior a los 30 kilómetros para el acceso a una vía de alta capacidad.

Y aquí es donde las empresas de transporte de viajeros por carretera deben jugar un papel esencial y determinante, puesto que la revitalización de la Andalucía rural depende en gran medida de arbitrar un fácil y cómodo sistema de traslado de las personas desde el pueblo a la ciudad y desde la ciudad al pueblo.

Si queremos que la Andalucía rural prospere, debemos hacer atractivo vivir y residir en los pueblos andaluces. Para ello es imprescindible mejorar el hábitat rural y que los jóvenes puedan desplazarse diaria y fácilmente a las universidades y facultades de la capital y regresar a su pueblo de residencia en no más de una hora. Hacer atrayente la vida en el pueblo, requiere dotar a los municipios de unos centros de salud eficientes; garantizar una educación primaria y secundaria provechosa con maestros y profesores vocacionales y entusiastas; disponer de un acceso potente y fiable a internet; facilitar el desarrollo de negocios relacionados con el ocio y la diversión; invertir recursos públicos en la rehabilitación y puesta en valor del patrimonio cultural y monumental que potencie el turismo etnológico; adecuar nuestras rutas de senderismo y vías pecuarias; difundir la gastronomía autóctona; desarrollar polígonos industriales donde los autónomos y PYMES puedan desplegar todo su potencial; invertir en la mejora de las carreteras comarcales

y secundarias y sobre todo, compatibilizar todas estas propuestas con medidas sostenibles que preserven el medio ambiente, esencia de la naturaleza rural.

Para todo ello, las distintas administraciones deben implementar las medidas necesarias encaminadas a la revitalización del mundo rural. A este fin, el sector del transporte de viajeros por carretera ha de desempeñar un papel esencial, para lo cual es merecedor de ayudas públicas que lo hagan competitivo y económicamente sostenible. Entre estas medidas hay que reconocer las aprobadas por el gobierno de la Junta de Andalucía entre otras, con la Orden de 20 abril 2022, que convoca subvenciones para contribuir a minimizar el impacto económico y social que ha sufrido el sector del transporte discrecional de viajeros por carretera. Esta convocatoria, que cuenta con un montante global de 5,9 millones de euros financiados a través del programa operativo Feder, está dirigida a autónomos, pymes y cooperativas con hasta 1.700 euros de ayuda por cada vehículo destinado a la prestación del servicio de transporte público. Las subvenciones se destinarán a sufragar gastos de personal, suministros, alquileres, seguros, mantenimiento y reparación, seguridad, asesoría o medidas protectoras frente a la pandemia.

En definitiva, la cohesión social de la Andalucía rural y su proyección para asegurar la estabilidad poblacional, depende en gran medida de un sector del transporte público de viajeros potente, garantizado por la coexistencia de empresas privadas que aglutinen eficazmente el desarrollo de la actividad.

Pensamiento Digital, Cultura Digital



Un ejemplo que nos puede ayudar a ilustrar esta dicotomía digital es el del teletrabajo. Muchas empresas no tardaron ni un minuto en volver al modelo tradicional presencial desde el mismo instante en el que se suspendieron las restricciones por la COVID; sin embargo, otras entendieron que había cosas buenas en el teletrabajo y han terminado adoptando un modelo híbrido. Esto no quiere decir que unas compañías lo estén haciendo bien y otras mal: es solo cuestión de cultura.

Pero no basta con que la Dirección incorpore el pensamiento digital a la cultura de la empresa, el siguiente paso es llevarlo hasta los equipos, y los equipos lo forman personas, y las personas no cambian de la noche a la mañana. Implantar una cultura digital requiere tiempo, esfuerzo y sobre todo, una estrategia.

Es en la implementación de la estrategia digital donde fracasan la mayoría de las empresas. La transformación digital no va solo de comprar nuevo equipamiento, llevar los servidores a la nube, actualizar el ERP, hacer una app, mejorar la ciberseguridad... y aburrir a los equipos con nuevos términos y nomenclaturas que no hacen más que distraernos del objetivo final. El éxito de la transformación digital reside en poner siempre a las personas en el centro.

Cuando la cultura digital premia el éxito colectivo, el avance silencioso de los pequeños logros cotidianos, el despliegue de los cambios transparentes, la evolución

natural de los procesos más allá de la revolución con bombo y platillo que suele venir acompañada del fracaso...entonces las personas, casi sin darse cuenta, incorporan el pensamiento digital en su día a día. Cuando esto se consigue, el proceso de digitalización ya no hay quien lo pare y casi podemos decir, que camina solo.

La mejor manera de lograr incorporar a nuestras empresas la cultura digital es a través del pensamiento digital porque lo que pensamos, tarde o temprano, se convierte en palabras, las palabras en acciones, las acciones en hábitos, y los hábitos en cultura. En definitiva, lo que pensamos nos da forma. Si nuestro pensamiento es digital, nuestro destino será digital.

Desde luego no resulta sencillo, pero merece la pena intentarlo porque, básicamente, no tenemos otra alternativa. La economía camina hacia un modelo cada vez más digitalizado. No entenderlo o no adaptar nuestro pensamiento al nuevo escenario puede poner en jaque nuestro negocio.

La historia nos enseña que el número de empresas que han desaparecido por no saber adaptarse a los cambios es enorme, lo importante es que nuestra empresa no se incorpore a la tan temida lista negra. El tren de la digitalización hace tiempo que se puso en marcha, los más rezagados todavía están a tiempo de cogerlo, pero el plazo se agota. Hoy puede ser el día ideal para empezar a construir tu pensamiento digital.

OPINIÓN

JORGE ALONSO
CIO DE VELORCIOS GROUP

 Jorge Alonso

 @jalonso_VG



La cultura de una empresa es ese intangible que refleja el ADN o la personalidad de la organización. Contempla todo un conjunto de valores, creencias, hábitos, tradiciones, actitudes, experiencias... que comparten todas las personas que la forman e influye directamente en su comportamiento grupal e individual.

Las empresas cada día son más conscientes de la importancia que tiene trabajar la cultura de la organización y por eso no es de extrañar que los departamentos de RR.HH tengan entre sus objetivos prioritarios salvaguardar el ADN y velar por su buen estado de salud.

Lo cierto es que mucho se ha hablado últimamente de la cultura empresarial, sobre todo después del proceso de transformación digital que se vio acelerado por la pandemia. En un ecosistema cada vez más digitalizado las empresas buscan con urgencia añadir a su cultura un nuevo valor: digital.

Una empresa que lleve por bandera la cultura digital podrá, sobre el papel, adaptarse mucho mejor a todos los cambios que nos abordan cada vez a mayor velocidad.

Pero, ¿cómo podemos conseguir implantar la cultura digital en la compañía? ¿Cuánto tiempo nos puede llevar? ¿Digitalizar nuestro ADN es una moda pasajera o realmente se puede convertir en un factor

crítico y competitivo?

Son muchas las cuestiones que nos surgen al abordar este asunto y muchas las incógnitas a resolver antes de ponernos en marcha. Sin embargo, entre tanta incertidumbre podemos encontrar algunas claves que nos pueden ayudar a trazar el mejor camino hacia la digitalización de nuestra compañía.

Lo primero que tenemos que tener claro es que la cultura empresarial es algo que va de arriba a abajo. Es la Dirección la que establece todo el conjunto de valores, creencias, hábitos, tradiciones, actitudes, experiencias... que luego es asimilado e interpretado por los equipos. Si lo pensamos bien tiene su lógica, pues la Dirección cuenta con todos los recursos necesarios para inyectar el mensaje cultural y darle la forma que necesita.

Si asumimos esta premisa, el despliegue de la cultura digital de la empresa será directamente proporcional al grado de digitalización de su equipo directivo. Cuando la Dirección tiene un pensamiento digital; de manera natural, la cultura se impregna de unos y ceros y todo fluye con suma facilidad.

En caso contrario, nos encontraremos con un quiero y no puedo, y cada acción que se ponga en marcha para digitalizar la compañía terminará por ir contra natura, y aunque creamos que no, siempre se terminará notando, pues decimos una cosa y acabamos haciendo otra.



Foro de Abogadas Clara Campoamor

OPINIÓN

ADELA LÓPEZ SÁEZ
PRESIDENTA DE FORO
CLARA CAMPOAMOR

Abogadas en pro del diálogo y de la mejora de la igualdad y los derechos humanos en el mundo jurídico, la abogada sevillana Adela Lopez Saez con más de 25 años de experiencia lo preside acompañada de un nutrido grupo de profesionales jurídicos.

El Foro de Abogadas Clara Campoamor se puso en marcha a finales del año 2019 en Sevilla como consecuencia de la decisión de un grupo de abogadas comprometidas con la dignificación de la profesión, potenciando su participación y mejora en el servicio que presta socialmente, aportar ideas de participación tecnológica (TIC), establecer un diálogo con la sociedad jurídica, profundizar en los valores democráticos y del respeto por los derechos humanos y la igualdad como valor universal, crear un estándar de calidad en el ejercicio profesional, realizando entre otras, actividades formativas como conferencias, jornadas, talleres, networking, charlas, eventos, exposiciones y todo tipo de actividad que ayude al desarrollo de la labor jurídica en general y de la Abogacía. Encuentros y convenios con instituciones, administraciones, empresas, agentes sociales y sociedad civil nacionales o internacionales para la consecución de nuestros objetivos. Cooperación e integración en las actividades del Colegio de la Abogacía de Sevilla, el Consejo General de la Abogacía y otros colegios de ámbito nacional o internacional, así como todo tipo de instituciones públicas y privadas. Abrir vías de participación que ofrezcan contenidos digitales, visuales e interactivos en diferentes áreas del Derecho.

Queremos resaltar que El Foro de Abogadas Clara Campoamor es un proyecto en el que hemos puesto muchas ilusiones y energías, y que hoy podemos decir con satisfacción que es una realidad que cada día se consolida.

Este foro, lleva el nombre de la diputada Clara Campoamor, como una de las figuras más importantes del siglo XX, que defendió el voto femenino e igualitario y ese reto, hizo posible la presencia de la mujer en organismos e instituciones, por ello queremos ser afanadas en la defensa de la igual, la democracia y la justicia, expresando, transmitiendo y comprometándonos.

El Foro de Abogadas Clara Campoamor, culmina con las Jornadas sobre Medidas Alternativas y Justicia Restaurativa, promovidas junto a Instituciones Penitenciarias y con la participación de la Facultad de Derecho de Sevilla y del Ilustre Colegio de Abogados de Sevilla.

Ha sido un proyecto en el que hemos puesto muchas ilusiones y energías, y por tanto un reto conseguido por el esfuerzo realizado.

Andalucía hacia el top minero internacional



En alguna Columna anterior de nuestro querido diario Tribuna de Andalucía ya mencioné algo no muy conocido incluso para los lectores de noticias del ámbito económico y empresarial como los de este diario, debido quizás a toda la sobreinformación que se nos estaba dando con la pandemia del COVID-19.

El verano pasado se celebró en Huelva el evento de presentación de los resultados de un documento muy interesante para el futuro industrial de nuestra región: el tercer estudio sobre regiones y ciudades de mineras de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). La OCDE no es una institución nueva ni sospechosa de pretender un nuevo orden mundial, sino que es una Organización fundada en 1.961, con sede en París y que además cuenta con el mejor servicio de estudios económicos de mundo. Esta organización internacional tiene por objetivo promover políticas que favorezcan la prosperidad, la igualdad, las oportunidades y el bienestar para todas las personas. Formada por 38 Estados ha sido la organización precursora de medidas tan importantes como los Convenios Internacionales en materia fiscal para evitar la doble

OPINIÓN
PEDRO JIMÉNEZ
RODRÍGUEZ
ABOGADO. SOCIO DE
VRIVM LEGAL SLP

in Pedro Ignacio
Jiménez Rodríguez

imposición, y actualmente tiene un foro de 135 países que trabaja para evitar la elusión fiscal internacional de las grandes multinacionales.

Desde la celebración en Sevilla de Mining Metal Hall del año 2019 (MMH cuya próxima edición tendrá lugar en esa misma ciudad del 18 al 20 de octubre de 2022) los técnicos de la OCDE han estado colaborando con

funcionarios de la Junta de Andalucía, profesores de Universidad, empresas mineras, la patronal AMINER y despachos de abogados en concretar los puntos fuertes del sector minero andaluz y los aspectos que hay que mejorar para situar a Andalucía en el top de las comarcas mineras a nivel internacional, lugar que debería alcanzar por méritos propios si realmente todos tomamos conciencia de ello.

La Plataforma de Regiones y Ciudades Mineras de la OCDE está centrada en potenciar las regiones mineras para ayudar al sector a cumplir los objetivos climáticos, con el objetivo de lograr la neutralidad climática en 2050, pero explicando, además, que los recursos mineros están donde están (nada de NIMBY) y por lo tanto es empleo que no se pueden deslocalizar como pasa con otro tipo de industrias.

Esta última cuestión no es accesorio, ni baladí, pues en Andalucía, no sólo somos líderes en turismo y en sector agroalimentario, sino que también podemos serlo en minería metálica.

Actualmente operan en nuestra región 6 grandes explotaciones mineras: Minas de Riotinto, Mina de Aguas Teñidas, Mina Magdalena y Mina Sotiel (Huelva), Cobre Las Cruces (Sevilla) y Minas de Alquife (Granada); próximamente está prevista la reapertura de la Mina de Los Frailes (Sevilla). Además, Atlantic Copper en Huelva, tiene una planta que la convierte en el segundo productor de cobre del mundo.

Pero es que hay otro dato muy importante (y desconocido) como es que tenemos en curso más de 70 proyectos de investigación minera, lo que nos permitirá reiniciar la actividad en minas históricas, así como abrir nuevos yacimientos. Algunos proyectos en exploración son los de Tharsis, La Zarza, San Telmo, Escacena, Paterna, Paymogo, La Toscana, Concepción, Valverde del Camino, Beas, El Berrocal, Villanueva de los Castillejos, Alosno, El Almendro y San Bartolomé de la Torre, entre otros municipios de Huelva y Sevilla, así como en Los Pedroches en Córdoba.

Con este escenario la OCDE encontró que había 4 puntos fuertes desde donde partir: en Andalucía se extrae el 90% de los sulfuros polimetálicos del país a partir

de los que se obtienen cobre, plomo o zinc, y somos la primera comunidad en exportaciones; la proximidad de las Minas con centros urbanos de las ciudades (por ejemplo, Cobre Las Cruces está a 20 minutos del centro de Sevilla en coche, algo increíble para un canadiense o australiano); nuestra localización: puerta de África y descubridores de América y la identidad minera en muchos pueblos de las Provincias de Sevilla y Huelva, algo nada fácil de encontrar en el resto de mundo.

Pero la OCDE también detectó 4 puntos débiles en los que se debía mejorar: tenemos que aumentar la innovación tecnológica, crear más vínculo y mejor mallado entre las empresas de servicios y las tractoras, aumentar el tamaño de las empresas auxiliares mineras, y quizás el más importante de todos: mejorar en la tramitación de los procedimientos administrativos, que son complejos, impredecibles en cuanto a su duración y sujetos a interpretaciones variadas, con una legislación minera obsoleta y una normativa ambiental realmente complicada.

Para ello, la OCDE dio a Andalucía 15 recomendaciones para alcanzar el podio minero internacional. De todas ellas, destaco algunas sobre las que ya se está trabajando por parte de la Junta de Andalucía: procurar una coordinación real entre la planificación territorial y urbanística con la minera (los planes sectoriales mineros -estrategia de minería sostenible- deben ser instrumentos de ordenación territorial vinculantes y no documentos meramente programáticos); potenciar la innovación dentro de la cadena de valor minera, mejorar la relación entre las empresas locales y extranjeras, crear uniones entre empresas para pruebas novedosas en temas de economía circular y de I+D+I, hacer crecer a las pymes mineras mediante la internacionalización de sus servicios; reforzar la identidad y herencia minera en los pueblos orgullosos de serlo, comunicar mejor la fuerte RSC de la Minería a nivel mundial, etc.

Y de entre las restantes recomendaciones, quiero destacar dos:

La primera, mejorar el marco regulatorio regional y agilizar el otorgamiento de los permisos (Permitting ambiental y minero), ¿y cómo lo hacemos? pues creando una ventanilla única, potenciando la Unidad Aceleradora de Proyectos, mejorando la plantilla de funcionarios dedicados a temas complejos y contando con expertos que ayuden a dar la mayor seguridad técnica y jurídica a los funcionarios.

Y la segunda, que la Estrategia Minería Sostenible 2030 sea ambiciosa, se ejecute con rigor, se le haga un seguimiento adecuado, permitiendo que se enriquezca con medidas de éxito de otros sectores como la creación de la marca "Andalucía Minería"; con esta marca podremos vender nuestra región internacionalmente con la ayuda de los operadores mineros ya implantados, atraer y facilitar la inversión extranjera y "fichar" trabajadores cualificados desde todas las partes del mundo porque Andalucía cuenta con un entorno industrial innovador y sostenible, además de ser una potencia turística internacional.

Las recomendaciones dadas por la OCDE ya están siendo desarrolladas en países en los que recurrentemente nos veremos mirar, Canadá, Australia, Finlandia o Suecia.

Blanca Vera: “Los drones que hemos visto en el congreso Emerdrone 2022, no son ningún juguete, ya que están pensados y creados para salvar vidas”

ENTREVISTA

BLANCA VERA

DIRECTORA GERENTE DE LA EMPRESA AL AIRE PILOTOS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Acaba de celebrarse en Huelva el Congreso de drones en situaciones de emergencia simulada y uso aplicado a la agricultura, EMERDRONE 2022. Usted es la directora gerente de la empresa que ha liderado este proyecto. Cuénteme ¿Cómo se ha desarrollado este evento?

El congreso Emerdrone 2022 ha sido un gran impulso en el sector gracias a la puesta en común de los diferentes profesionales que han participado en él. Podemos decir que hemos tenido la suerte de contar con la élite.

Se han realizado conferencias de gran importancia tanto en salvamento, rescate, vigilancia y salvamento, así como en agricultura.

En la primera edición desarrollada en el 2019, hablábamos de la importancia de los drones en emergencia sanitaria y de la importancia que iban a tener los drones en este campo, pero meses después ocurrió la pandemia por la Covid 19, y en esta situación, y durante meses, los drones fueron una herramienta fundamental para la fumigación, control de aforos, lanzamiento de mensaje.

Pero en estos momentos en los que estamos viviendo situaciones complicadas, debido a la crisis alimenticia que podríamos vivir, y teniendo en cuenta el problema logístico que está teniendo lugar, desde la organización pensamos que teníamos que introducir la agricultura de precisión con aeronaves no tripuladas, y para ello hemos tratado temas teóricos y prácticos desde reforestación hasta fumigación.

Los drones llegaron a nuestras vidas como objetos dedicados al ocio, incluso se vendieron como juguetes, pero realmente son herramientas de gran valor en muchos sectores.

Existen drones de juguetes y desde Alaire Pilotos, realizamos talleres en institutos y colegios para dar a conocer la importancia de estas nuevas tecnologías en niños y niñas con inquietudes de estas ramas de ingeniería; pero los drones que hemos visto en el congreso Emerdrone 2022, no son ningún juguete, ya que están pensados y creados para salvar vidas.

En este congreso se ha destacado la labor que los drones, gracias a la pericia de sus pilotos, hacen en situaciones de emergencia en salvamento y rescate en las costas.

Efectivamente. De hecho, en esta edición, y desde la Diputación de Huelva, se le ha entregado un reconocimiento a la empresa valenciana, General Drones por haber realizado trece rescates con éxito en las playas de Levante con

un dron pensado para realizar labores de ayuda a los socorristas. Unas labores en las que el dron localiza a una persona en peligro, la pone a salvo lanzando un flotador que se infla en contacto con el agua y se amolda a la silueta de la persona.

Esta empresa también cuenta con un dron que localiza a una persona u objeto en el fondo de un medio acuático y con una pinza lo lleva hasta la superficie.

También hemos visto cómo se realiza una búsqueda de una persona desaparecida por la noche, a través de cámaras térmicas, algo muy útil ya que los medios aéreos tradicionales dejan de volar en el ocaso.

Y como novedad hemos contado con un sistema antidrones que permite interceptar un dron que esté poniendo en peligro la vida de las personas, en caso de manejo peligroso o en caso de atentados terroristas.

El congreso ha puesto también de manifiesto la gran aportación de los drones en la agricultura ¿Qué aportan en este sector?



Los drones son plataformas que nos ofrecen miles de posibilidades. En el caso de la agricultura lleva a cabo labores que nos permiten saber la madurez de la fruta, nos da información sobre la cantidad de frutos que tenemos e incluso fumigar, minimizando el gasto de agua, sin tener que poner en peligro a una persona expuesta a un agente químico, por ejemplo.

Tenemos la impresión de que en el mundo de los drones

todavía nos queda mucho por ver. Tecnológicamente ¿En qué se está investigando actualmente?

Sin duda y es que ya ha llegado a España el primer taxi dron, de la mano de una empresa española a la que Diputación de Huelva también ha reconocido.

Esta empresa es Umiles Group, y con ésta hemos podido ver un nodo de aviones no tripulados que serán capaces de monitorizar incendios forestales de diez municipios a la vez o llevar objetos vitales a cualquier punto de población de difícil acceso.



“Ya ha llegado a España el primer taxi dron, de la mano de una empresa española Umiles Group”

Esto, y aunque parezca ciencia ficción, ya es una realidad y se ha presentado en Huelva en el congreso y que será una propuesta para los municipios de Huelva en estos próximos meses, de la mano de Alaire Pilotos y UVA Works.

Adrenaline, una nueva marca de ropa deportiva que nace de la unión de Scalpers y Cerveza Gran Vía

ENTREVISTA

PATRICIA DE PABLO
HEAD OF COMMUNICATIONS
& PR SCALPERS



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Scalpers es una de las firmas de moda andaluza que tiene un gran reconocimiento nivel nacional ¿cómo surgió la idea de unir su nombre a de una marca de cerveza para crear Adrenaline?

Tradicionalmente, las marcas deportivas se han asociado a valores como la superación, esfuerzo, desafío extremo... Desde Scalpers, entendemos el deporte de otra forma. Queremos recuperar las ganas de hacer ejercicio para disfrutar y pasarlo bien. Bajo el claim: WORKOUT OR WHATEVER, le damos una vuelta a la solemnidad creada alrededor del deporte: ¡Puedes saltarte un día el entrenamiento sin sentirte culpable o ir a tomar una cerveza con los amigos en lugar de hacer 100 burpees más...!

Para reforzar esta idea, nos pareció una buena acción de marketing incluir una cerveza sin alcohol en todos los pedidos online, así como en demás activaciones que fueran surgiendo con Adrenaline.

Estamos muy contentos con la colaboración que ha surgido con Cervezas Gran Vía

No es la primera vez que su compañía une su nombre a otras de diferente sector ¿Qué características tiene que tener una firma para que Scalpers

pueda pensar en sinergias?

Tiene que ser marcas con las que nos identifiquemos 100% con su filosofía. A las que les guste salir de la zona de confort e intentar hacer las cosas de manera diferente. Con las que podamos crear algo que sorprenda y ofrezca un valor adicional a nuestros clientes.

Marcas que sean lo mejor en lo que hacen pero que no se tomen muy en serio.

Estamos ahora mismo saliendo de una crisis mundial provocada por la pandemia y ahora nos topamos con la guerra de Ucrania ¿cómo están afectando estas circunstancias a su marca?

Hace unos meses lanzamos PIRATES FOR GOOD, la fundación de Scalpers. Debido a las circunstancias actuales, la fundación, centra todos sus esfuerzos en el conflicto bélico de Ucrania, para ayudar a todas aquellas personas refugiadas que busquen recomponer su vida en nuestras ciudades.

Para ello, se ha creado el programa de acogida Pirates x Ucrania. <https://scalpers-company.com/pages/pirates-for-good>.

Este proyecto, dará acogida a familias desplazadas en el edificio de apartamentos Almansa 11 en Sevilla, en pleno barrio del Arenal.

Durante un periodo de al menos 9 meses, se ofrece alojamiento estable y comida, así como todos los servicios de mantenimiento y acompañamiento para prestar una atención integral. Con esta contribución se busca dignificar y mejorar la vida de las personas afectadas por la situación de Ucrania.

Patrones de ideas es una iniciativa puesta en marcha por Scalpers que pretende potenciar las startups con más talento. ¿Habrá también sinergias con las que resulten ganadoras?

Los tres proyectos ganadores recibirán una ayuda real y concreta para asegurar la continuidad y crecimiento de sus planes de negocio. En este sentido, el premio consistirá en un apoyo en la aceleración del proyecto, asesoramiento, soporte en términos de comunicación y una sesión de mentoring privada 1:1 con cualquiera de los gurús de la plataforma Gurucall. A todo ello hay que sumar su participación en el Forbes Talks, con finalistas e inversores, donde se realizará la entrega de premios y el vídeo divulgativo de los tres proyectos seleccionados.



ENTREVISTA

IGNACIO GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL
COMERCIAL DE
CERVEZAS GRAN VÍA



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Cervezas Gran Vía ha fabricado una cerveza sin alcohol específicamente para crear el producto Adrenaline junto a Scalpers ¿Qué valores cree que cada firma aporta al resultado final?

Cervezas Gran Vía aporta frescura, versatilidad, una propuesta honesta y, por qué no decirlo, atrevimiento al empezar en un sector que dominan cuatro grandes grupos cerveceros y que tiene altas barreras de entradas. Vamos muy en la línea de Scalpers, una firma de desenfadada, para personas inquietas y atrevidas que no se conforman con cualquier cosa.

Cuentan en su empresa con un cervecero de fama internacional como es Boris de Mesones ¿qué fue lo que le pidieron para elaborar esta cerveza tan especial?

Hicimos una cata a ciegas, para ver qué es lo que encajaba de otras cervezas. Probando y catando hicimos una cerveza con el color, el aroma y el gusto que más pudiera encajar con el espíritu de Scalpers. Y, por lo que nos dicen desde Scalpers, lo hemos logrado.

Una de sus máximas es el continuo contacto con el sector de la hostelería para fabricar un producto que se adapte tanto a su gusto como a su

economía. Después de lo gravemente afectado que se ha visto este sector por la crisis supongo que este contacto será más importante que nunca.

Para nosotros, ese contacto es la base de todo, lo que lo mueve todo. Gran Vía no sería lo que ya es hoy si no hubiera tantos hosteleros dispuestos a aceptar el desafío de una cerveza que, como dice nuestro lema, es "100% cerveza y 0% postureo". Nosotros crecemos gracias a ellos. Somos lo que somos por ellos. Estamos en el mismo equipo. Y queremos que los hosteleros lo sientan así.

¿Es la primera vez que desarrollan productos junto a otras marcas? ¿Está ya prevista alguna acción en esta línea?

Estamos trabajando en varias acciones en este sentido, nos gusta crear sinergias con otras marcas y apostar por la innovación en un sector como el cervecero que es muy "tradicional". Al comenzar nuestra andadura por el mundo cervecero, teníamos solo la cerveza Lager. No nos quedamos ahí y apostamos por crear una cerveza tostada. Seguimos asumiendo retos, creando e innovando y si es de la mano de otras marcas ¿Por qué no? Quizás muy pronto podamos ofrecer otras novedades que seguro que os van a gustar.

Álvaro González Zafra: “Hemos puesto en marcha la campaña “La distribución comercial frente a la despoblación en Andalucía”, para poner en valor la importancia del comercio en la vertebración social y económica de Andalucía”

ENTREVISTA

ÁLVARO GONZÁLEZ ZAFRA

DIRECTOR GENERAL DE LA CONFEDERACIÓN ANDALUZA DE EMPRESARIOS DE ALIMENTACIÓN Y PERFUMERÍA (CAEA)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Han puesto en marcha una campaña informativa con el sugerente título “El milagro de la distribución”. ¿Cuál es el milagro al que hace referencia?

Efectivamente “El milagro de la distribución” es el sugerente título que hemos escogido, a modo de eslogan, para la Campaña que está impulsando nuestra Confederación sobre “La distribución comercial frente a la despoblación en Andalucía”, (<https://youtu.be/dO-Tu8NPegYo>) que pretende informar y sensibilizar sobre la importancia que posee el comercio para la vertebración social y económica de Andalucía y, en concreto, para frenar la despoblación, poniendo en valor el significativo papel que lleva a cabo el canal mayorista, así como el de todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor alimentaria.

Y este milagro consiste en que cada mañana todos los ciudadanos andaluces tengan a escasos metros de su casa todos y cada uno de los productos de alimentación y primera necesidad que necesitan en su vida diaria, en un mismo establecimiento y a unos precios competitivos. Eso, que lo damos por hecho y no lo solemos valorar suficientemente salvo cuando existen problemas de suministro, no es nada fácil y, más allá del sugerente título, no es ningún milagro, sino fruto del trabajo y esfuerzo de toda la cadena de valor.

En Andalucía hay 278.000 operadores de origen que producen o fabrican alimentos, pero a los que le resultaría imposible hacerlos llegar directamente a los clientes. De ahí la importancia de la red de comercialización.



En nuestra Comunidad Autónoma hay 242.000 explotaciones agrarias, 27.300 explotaciones ganaderas, 2.400 operadores pesqueros y 7.000 industrias alimentarias, es decir, 278.700 productores de alimentos en origen que necesitan una red de comercialización intermedia para hacer llegar los productos a los 8,5 millones de andaluces en 785 municipios, y para ello se sirven de los 150 establecimientos mayoristas, cash&carry y plataformas logísticas, de las 35.000 tiendas minoristas y de los 52.000 establecimientos del canal Horeca.

Si esta labor fuera fácil el propio sector productor o transformador la llevaría a cabo, pero se requiere especialización e in-

fraestructura logística para centralizar los productos y distribuirlos a todos los rincones de Andalucía, lo que demuestra, sin duda, que todos los eslabones de la cadena de valor alimentaria son necesarios e imprescindibles y cada uno cumple una función esencial. Cuando falla alguno, como ha ocurrido con el reciente paro de los transportistas, la cadena se tambalea.

Dicen ustedes en esta campaña que la distribución comercial cumple una triple función: social, económica y medio ambiental.

La distribución comercial alimentaria cumple actualmente una triple función: social, garantizando el abastecimiento a todos los anda-

luzes y evitando la despoblación; económica, generando riqueza y valor en los municipios andaluces; y medio ambiental, reduciendo el impacto en emisiones, dado que, por una parte, el comercio de proximidad es el más sostenible al acudir andando a las tiendas el 90% de los consumidores; y, por otra, la centralización de mercancías permite optimizar rutas y abastecer con un solo camión a muchos comercios, avanzándose además hacia la modernización de flotas con modelos energéticamente más eficientes.

“Todos los eslabones de la cadena de valor alimentaria son necesarios e imprescindibles y cada uno cumple una función esencial. Cuando falla alguno, como ha ocurrido con el reciente paro de los transportistas, la cadena se tambalea”

Este sector se ha considerado esencial durante la pandemia ¿Ha servido esta época tan dura para poner de manifiesto su importancia vital?

Una de las cosas positivas que como sector podemos destacar del duro y largo periodo de pandemia es que nuestro carácter esencial se ha visto reforzado con el reconocimiento de las Administraciones, de los ciudadanos, de los medios de comunicación y de la opinión pública en general. Jamás antes el ciudadano había valorado como ahora el papel del comercio de ali-

mentación y productos básicos de primera necesidad; nunca antes el consumidor había puesto en valor el trabajo de una cajera o un rependedor; tampoco se había reparado en que si se detiene el funcionamiento de la cadena agroalimentaria se puede llegar a situaciones de auténtico caos en un país, situaciones a las que afortunadamente no llegamos gracias al ejemplo de competitividad, eficiencia y capacidad de adaptación a los cambios que ha demostrado toda la cadena de valor.

Pero el papel esencial lo reivindicamos de forma permanente, dado que no sólo en momentos de crisis, huelgas o catástrofes somos esenciales, lo somos en el día a día y así exigimos ser tratados, dotando de soporte legal a dicha esencialidad para que no se produzcan situaciones indeseables de falta de abastecimiento.

Vinculan también esta campaña a la despoblación en Andalucía. ¿En que medida el comercio vertebra una comunidad tan grande como esta?

El mantenimiento de los comercios en las zonas rurales y, especialmente, los de base alimentaria, se presenta como fundamental para frenar la despoblación que sufren estas localidades año tras año, vinculada, en gran medida, a la escasez de servicios. Muchos de estos establecimientos comerciales en núcleos rurales están regentados por autónomos o micropymes, de forma independiente, como socios de cooperativas o bien en modalidad franquicia.

Las tiendas rurales son, en general, pequeños establecimientos comerciales sin espacio de almacenamiento, zonas de difícil acceso y, muchas veces, con complicaciones para la descarga, en los que la rotación de los productos y el abastecimiento frecuente es fundamental. Es aquí donde resulta clave la labor estratégica que desarrolla el canal mayorista, su gran capilaridad y la centralización de las mercancías permite ofrecer un suministro completo, de calidad, seguro y a precios competitivos. Gracias a ello, en Andalucía no existen desiertos alimentarios y todos los ciudadanos tienen a menos de 10 minutos de su casa una tienda con acceso a productos frescos y dieta mediterránea, a unos precios competitivos.



Juan Luis Sanz: “Los retos a los que nos enfrentamos pasarán por el desarrollo de una nueva industria, descarbonizada y circular”

ENTREVISTA

JUAN LUIS SANZ YAGÜE
DIRECTOR DE PROYECTOS
DE EDIFESA

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Edifesa, una Compañía de Servicios Técnicos y Tecnológicos, que desarrolla su actividad en el ámbito de la Ingeniería de Gestión de Residuos, y la Consultoría tanto Medio Ambiental,

como Técnica. ¿Cómo ha vivido estos últimos años el sector?

El sector ha vivido estos últimos años en un entorno cambiante y cada vez más exigente debido a que se está llevando a cabo la trasposición de las directivas del paquete de economía circular, las cuales, incrementan los objetivos de recuperación de materiales y reducen el consumo de recursos, la creciente sensibilidad social a los retos del sector, la pandemia COV-19, que ha trastocado todo y la guerra en Ucrania, que ha originado un aumento de los precios y escasez de las materias primas. Estos factores han generado una oportunidad para el desarrollo de nuevos

proyectos y tecnologías con el objetivo de hacer más circular la gestión de residuos, mejorando y optimizando los tratamientos y tecnologías existentes mediante proyectos enfocados a aumentar la sostenibilidad, aplicando tecnologías de información y comunicación, como la IA, el IoT, denominado como industria 4.0. También, ha aparecido la oportunidad de llevar a cabo proyectos para implantar nuevas tecnologías debido a que se ha generado un marco económico favorable y por último, ha permitido desarrollo de nuevas tecnologías que en un futuro permitirán cumplir con las exigencias y conseguir los retos que se le plantean al sector.

En otras palabras, la economía circular está pasando por un momento de enorme trascendencia, y vemos muchas oportunidades por la conjunción de obligaciones, financiación, demanda social y nuevas tecnologías.

¿Qué tipo de servicios nos ofrece Edifesa?

No gusta clasificar nuestros servicios en tres áreas, servicios de ingeniería, consultoría ambiental y de sostenibilidad y desarrollo de nuevos proyectos y tecnologías, donde ponemos en valor toda la experiencia y buen hacer desarrollados a lo largo de 50 años de actividad en la gestión de residuos. En ingeniería estamos enfocados en el diseño y construcción de plantas e instalaciones de tratamiento de residuos (puntos limpios, estaciones de transferencia, desgasificación y sellado de vertederos y tratamiento de lixiviados). En consultoría ambiental y de sostenibilidad realizamos todas las tareas asociadas a la gestión medioambiental y cumplimiento normativo, y la realización de todo tipo de trámites relativos a la legalización medioambiental y obtención de permisos y autorizaciones ambientales de proyectos. En el área de nuevos desarrollos y tecnologías generamos, y ayudamos a desarrollar e implantar tecnologías innovadoras en el ámbito del medio ambiente y la gestión de residuos.

Todo indica que nos dirigimos hacia un mundo cada vez más sostenible, ¿cómo trabaja la compañía en este sentido?

Edifesa ha desarrollado un plan estratégico analizando toda la cadena de valor de la Gestión y Tratamiento de residuos para



hacer más sostenible y circular la gestión de residuos, para identificar oportunidades de proyectos de inversión, de implantación de tecnologías innovadoras y de desarrollo tecnológico. Los objetivos del plan son proteger el medioambiente y garantizar la salud de las personas reduciendo el uso de recursos naturales no renovables y reutilizando en el ciclo de producción los materiales contenidos en los residuos como materias primas secundarias, aplicación efectiva del principio de jerarquía de los residuos, promoviendo la prevención de su generación, fomentando la reutilización, fortaleciendo el reciclado y favoreciendo su trazabilidad, y por último dar cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). En este plan hemos identificado cuatro líneas de trabajo, valoración de biogás, de la fracción orgánica de residuos, reciclaje mecánico y químico de plásticos y valorización de rechazos, y tres horizontes, de fase de madurez, fase de implantación de tecnología y fase de investigación y desarrollo. En cada una de las líneas estamos desarrollando, promocionando o estudiando proyectos, entre otros de producción de biometano, de hidrógeno y combustibles sintéticos a partir de biogás, de producción de biofertilizantes a partir de materia orgánica, o de reciclaje mecánico y químico de plásticos entre otros.

Asimismo, dentro del área de sostenibilidad estamos aplicando diferentes metodologías para asegurar la sostenibilidad de los modelos de gestión, como son las ISO, diferentes huellas, de carbono, hídrica o ambiental, alineamiento con ODS entre otras.

Asimismo, la innovación y la tecnología conforman nuestro día a día. ¿Apuesta Edifesa por la innovación en los servicios que ofrece?

Desde la compañía se apuesta por la innovación y la implantación de nuevas tecnologías, si bien no se circunscribe solo en el ámbito interno de desarrollo de la propia compañía, esta apuesta se realiza junto a las empresas que operan en el Centro Integral de Tratamiento de Residuos Sólidos Urbanos (CITRSU) Montemarta Cónica, en Alcalá de Guadaíra, y la colaboración con universidades y centros de investigación. Esto se ha materializado en proyectos de I+D encaminados a incrementar el valor añadido del biogás, produciendo hidrógeno y combustibles de aviación, la materia orgánica generando biofertilizantes y bioestimulantes y la fracción de plástico film, desarrollando un nuevo proceso para su reciclado químico.

Por otra parte, estamos muy atentos a las nuevas tecnologías de la información, como la robótica, internet de las cosas, inteligencia artificial etc, y en cómo se implantan en los modelos de gestión medio ambiental y de residuos.



Reactores de laboratorio para desarrollo de tecnologías instalados CITRSU Montemarta Cónica.



Equipos automáticos de selección en la planta de selección de envases en el CITRSU Montemarta Cónica.

Háblenos de algún proyecto relevante que hayan llevado a cabo.

Como proyecto de tratamiento de residuos señalaría las renovaciones de los equipos automáticos de selección en la planta de selección de envases en el CITRSU Montemarta Cónica, en la que implantando última tecnología hemos posibilitado que el gestor

incremente sustancialmente los plásticos y aluminio que se extraen de los residuos.

También es interesante el proyecto de mejoras estructurales en el aeropuerto de la Costa del Sol, como ejemplo de instalación de tratamiento de residuos en un tipo de actividad a priori alejada de la tradicional gestión de residuos. Esto permite al cliente

llevar a cabo una gestión mucho más sostenible.

En el ámbito del desarrollo de tecnologías, señalaría los proyectos LGH2H2, y C-Biofert. En el primero, en colaboración con la empresa Energía Sur de Europa, hemos producido hidrógeno de forma estable a partir del biogás extraído del vertedero de Montemarta Cónica. En el segundo, en colaboración con la empresa GSA Servicios Ambientales, hemos desarrollado la conversión de biofertilizantes a partir de la fracción orgánica de los residuos. Ambos proyectos han sido financiados por el CDTI*.

*Proyectos subvencionados por CDTI en la convocatoria de I+D+i, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

¿En qué líneas de trabajo están enfocados este 2022?

En 2022 se estamos enfocados las 4 líneas de trabajo identificadas en el plan estratégico y esto da lugar a desarrollo de proyectos específicos en el del CITRSU Montemarta Cónica. Los principales proyectos en marcha son; en la línea de valoración de biogás estamos apostando por la inyección de biometano en red, producción descentralizada de hidrógeno y la síntesis de biocombustibles de aviación con el objetivo de descarbonizar el transporte. En la valoración de la fracción orgánica vamos a continuar mejorando los microorganismos identificados en el proyecto C-Biofert con el objetivo de generar biofertilizantes de manera sostenible.

Por otra parte, a lo largo de este año se pondrá en marcha una planta solar fotovoltaica la cual aporta la singularidad de estar implantada sobre un antiguo vaso de vertido. Se ha aportado una solución que permite la generación de energía eléctrica renovable a la vez que se realizan las actividades postclausura que hay que llevar a cabo en todo vertedero clausurado. Este proyecto crea una oportunidad de valorización de un suelo que ya no iba a tener ningún uso, otra forma de economía circular, y una gran oportunidad para ser replicado.

¿Qué respuestas aporta la ingeniería al inminente cambio climático?

Los retos a los que nos enfrentamos pasarán por el desarrollo de una nueva industria, descarbonizada y circular. La ingeniería es pieza fundamental para llegar a esta meta.

También serán necesarias herramientas para controlar y asegurar la sostenibilidad de los nuevos proyectos y actividades.

Edifesa se está posicionando en este escenario complejo y dinámico, con sus capacidades de ingeniería de proyectos, de consultoría y de desarrollo e implantación de nuevas tecnologías.



Pedro Caraballo: “La colaboración entre instituciones y empresas es fundamental para impulsar la economía circular”

ENTREVISTA

PEDRO CARABALLO BELLO
DIRECTOR GERENTE DE GSA
SERVICIOS AMBIENTALES

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
GSA tiene un firme compromiso con el medioambiente y, por ende, con el futuro. En aras de promover la economía circular, ¿qué funciones comprende la empresa?

Desde sus inicios GSA se fijó como objetivo colaborar en la conservación del medioambiente, reduciendo el impacto de los residuos gracias a una gestión responsable y promoviendo su reutilización. Comenzamos nuestra andadura teniendo la certeza de que los residuos de entonces serían los recursos del futuro, de que nuestro trabajo estaría bien hecho si lográbamos formar parte de un término que por entonces empezaba a escucharse y que se convertiría en un movimiento a nivel global: la economía circular.

Apostamos por hacer realidad la idea de que “nada se pierde, todo se transforma” y estamos seguros de que, disponiendo de los medios necesarios, podemos colaborar de forma real y eficiente en reducir el impacto medioambiental de los desechos que generamos. Este convencimiento ha guiado nuestros pasos durante casi 30 años en todas las actividades que realizamos y en todos los servicios que ofrecemos a los clientes.

Entre nuestro amplio catálogo de servicios tenemos como denominador común la garantía de la economía circular. Se trata de un modelo de producción y consumo que implica compartir, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes, todas las veces que sea posible para crear un valor añadido.

Nos dedicamos a la gestión de residuos de todo tipo. En concreto, nuestra labor contempla tanto el transporte como la transferencia de Residuos Sólidos Urbanos (RSU), así como la recogida de los mismos, incluyendo envases, papel/cartón y vidrio, y la gestión de otros tipos de residuos como los Residuos de Construcción y Demolición (RCD) y los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE). Además, nuestros servicios incluyen la recogida de Voluminosos en Polígonos Industriales, de residuos forestales y podas, y también de residuos peligrosos y biosanitarios. Del mismo modo, nos situamos a la vanguardia de los “Residuos de nueva generación”, ofreciendo soluciones a empresas o



administraciones públicas que no saben cómo proceder con desechos que hasta hace poco no eran considerados residuos y que ahora han sido definidos y regulados como tales y requieren un tratamiento especial. Somos referentes en este campo y trabajamos día a día para continuar siéndolo, actualizándonos permanentemente.

Contamos con clientes muy importantes comprometidos con la política de “residuos cero”, que han confiado en nosotros para la recogida y gestión de los desechos y cumplir, así, con este objetivo.

Además, hemos desarrollado a lo largo de estos años una importante línea de actuación en el ámbito de las obras medioambientales gracias al amplio parque de maquinaria y vehículos con el que contamos y al personal altamente cualificado.

Formaron parte de la celebración de las III Jornadas Cátedra Economía Circular, en la que Instituciones y empresas coinciden en la necesidad de impulsar la economía circular de manera coordinada y con la implicación de toda la sociedad para que España y Andalucía avancen hacia un modelo más sostenible y respetuoso con el medioambiente, ¿qué conclusiones sacan al respecto? ¿En qué debe mejorar el modelo español y andaluz en aras de mejorar la sostenibilidad medioambiental?

La principal conclusión es que la coordinación y la colaboración entre instituciones y empresas es un aspecto fundamental para impulsar la economía circular y promover un modelo más sostenible.

A nivel legislativo se está avanzando

mucho, especialmente en los últimos meses con importantes novedades en el marco normativo tanto nacional como andaluz. Hace poco más de un mes, coincidiendo con las III Jornadas Cátedra Economía Circular, el Congreso de los Diputados dio luz verde a la nueva Ley de Residuos y Suelos Contaminados, a la que pronto le seguirá la Ley de Economía Circular de Andalucía (LECA), que se encuentra en trámite parlamentario. Estas novedades normativas tienen como objetivo que cumplamos con los compromisos adquiridos con la Unión Europea.

En mi opinión, el próximo paso sería fo-

mentar la participación de las administraciones locales y de las empresas posibilitando que tengan los recursos necesarios para poder hacer frente a los compromisos europeos y las obligaciones derivadas de las nuevas normativas.

También es necesario seguir promoviendo la cultura del reciclaje y la reutilización en la sociedad, generando una mayor concienciación individual e implicación por parte de los ciudadanos. Como bien dijo en las Jornadas la directora general de Calidad Ambiental y Cambio Climático de la Junta de Andalucía, María López Sanchis, todos tenemos un papel que jugar.

Hablamos de una compañía 100% conectada con la sociedad y la actualidad que vivimos. Apuesta por el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030. Háblenos de cuáles son sus líneas estratégicas a largo plazo.

Estamos adheridos al proyecto de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, promovidos por la ONU. En concreto, en nuestro compromiso por el medioambiente y la economía circular, participamos con el número 7 ‘Energía asequible y no contaminante’, el 11 ‘Sociedades y comunidades sostenibles’, y el 12 ‘Producción y Consumo Responsable’.

En la práctica, trabajamos por reducir los residuos al mínimo a través de la innovación y la renovación constantes. No en vano, hemos identificado la oportunidad que suponen los biorresiduos en la aplicación como fertilizante, contribuyendo, de esta forma, al cuidado del medioambiente y promoviendo la economía circular, así como una nueva fuente de energía alternativa.



Seis nuevos autocompactadores que acaba de adquirir GSA.



En este sentido, cabe mencionar nuestra planta de tratamiento de residuos biosanitarios, que es un claro ejemplo de nuestra apuesta por las energías renovables y el fomento de la economía circular. El 100% de la electricidad utilizada en estas instalaciones es obtenida a través del biogás, fuente de energía renovable y no contaminante, y que en este caso es producido a partir de los residuos orgánicos existentes en el Centro Integral de Tratamiento de Residuos Sólidos Urbanos de Montemarta Cónica, situado en Alcalá de Guadaíra (Sevilla), donde se ubica nuestra planta de tratamiento de residuos biosanitarios.

En materia de energías renovables, tenemos también amplia experiencia en el sector fotovoltaico. Hemos llevado a cabo el montaje de placas en alrededor de una quincena de plantas fotovoltaicas de Andalucía y realizamos la recogida y gestión de residuos peligrosos y no peligrosos en estos parques, así como en otros ubicados tanto en nuestra región como en Extremadura. Esperamos seguir creciendo en este sector en los próximos años.

Además, con nuestra actividad de recogida y gestión de residuos contribuimos a que nuestras ciudades y pueblos permanezcan limpios y libres de desechos. Hacemos recogida selectiva de envases, papel/cartón y vidrio y gestionamos el punto limpio móvil en algunas ciudades de Andalucía, favoreciendo el reciclaje y dando una segunda vida a estos residuos. En este sentido, hay que destacar que hemos renovado la gestión del punto limpio de Los Palacios y hemos incorporado también la gestión del punto limpio de Sanlúcar de Barrameda.

Por último, impulsamos actividades que fomentan la conciencia medioambiental y la necesaria implicación de todos para avanzar en el desarrollo de la economía circular. Nuestra colaboración en la organización de eventos como las III Jornadas Cátedra Economía Circular que se acaban de celebrar, es un ejemplo de ello.

En la misma línea, hacen una gran apuesta por la constante renovación de vuestras instalaciones y recursos materiales y técnicos para ofrecer el servicio más moderno y eficaz al cliente. ¿Cuáles son sus últimas incorporaciones en materia tecnológica? ¿Plantean nuevas inversiones en este aspecto?

GSA es una empresa en constante evo-



Camión de recogida de vidrio junto a la playa en Torremolinos, Málaga.

lución y renovación. Acabamos de adquirir seis nuevos autocompactadores para prensar los residuos, que se suman a nuestra amplia flota de transporte y maquinaria pesada para la recogida y gestión de residuos. Pese a la crisis económica ocasionada por la pandemia de la Covid-19, no hemos parado de crecer. Hemos incorporado más de una treintena de equipos en los dos últimos años por importe de más de tres millones de euros y en este 2022 tenemos prevista la adquisición de nuevos vehículos y maquinaria, con una inversión de en torno a otros tres millones de euros.

Hemos apostado de manera decidida por nuestra planta de tratamiento de residuos biosanitarios. Tras la declaración del Estado de Alarma destinamos más de un millón de euros en adaptar, en menos de una semana, estas instalaciones con el objetivo de incrementar su capacidad y hacer más eficaz el procesado de los desechos derivados de la Covid-19, ante la altísima demanda de gestión de este tipo de residuos, no sólo en Andalucía sino en otras regiones.

En tan sólo año y medio procesamos más de 2.000 toneladas de desechos. En total, hemos invertido desde marzo de 2020 más de cuatro millones de euros en esta planta para adquirir nuevos vehículos, mejorar instalaciones y garantizar la seguridad de la plantilla. Con todo ello, esta planta tiene capacidad para procesar 10 toneladas de residuos biosanitarios al día.

No escatimamos esfuerzos ni recursos para seguir creciendo, mejorar la calidad de los servicios que ofrecemos a los clientes y la seguridad y comodidad de nuestra plantilla. El pasado año inauguramos unas nuevas instalaciones en el Centro de Tratamiento de Residuos Urbanos de Sevilla a disposición de nuestros empleados. Se trata de un edificio con despacho, comedor, servicios y vestuarios tanto para caballeros como para señoras y una sala multifuncional para las futuras necesidades de la empresa. Y pronto incorporaremos más instalaciones en otras provincias andaluzas para hacer frente a las nuevas actividades de la empresa.

Háblenos de los proyectos y objetivos que abarcarán en el año 2022.

Hemos vivido unos años muy duros a consecuencia de la pandemia que nos ha obligado a todos a adaptarnos a nuevas si-



Furgoneta de GSA junto a la Giralda, Sevilla.

tuaciones, a ser aún más escrupulosos con la seguridad y, en muchos casos, a reinventarnos. En todo este tiempo, en GSA no hemos parado: hemos seguido ampliando nuestros equipos, modernizando nuestras instalaciones y extendiendo nuestra actividad, no sólo por Andalucía, sino emprendiendo nuevos proyectos en otras regiones.

Ahora, este 2022, se nos presenta a la sociedad en general una época muy optimista. Tenemos muchas ganas de salir, de hacer cosas, de nuevos comienzos, etc. En GSA también vivimos con mucha ilusión esta nueva etapa. Vamos a mantener el empuje que nos ha hecho dar lo mejor de nosotros durante los meses más duros de la pandemia para seguir creciendo y ofreciendo el mejor servicio a nuestros clientes, siempre desde el respeto al medioambiente y la promoción de la cultura del reciclaje.

Estamos inmersos en la consolidación y expansión de GSA Servicios Ambientales en nuestra comunidad autónoma, con dos sedes estratégicas: la primera, en Alcalá de Guadaíra (Sevilla), para gestionar nuestra actividad en la zona de Andalucía Occidental; la segunda, ubicada en Málaga, que nos ha permitido afianzarnos en toda Andalucía

Oriental. Poco a poco, estamos posicionándonos en todas las provincias de la región. No en vano, en estos momentos, estamos cerrando acuerdos para la recogida de residuos sólidos urbanos en un importante municipio de la costa gaditana de los que pronto podremos dar más detalles. Además, estamos ampliando nuestra actividad a otros territorios, como Extremadura, donde también recogemos residuos, o en Navarra, donde estamos acometiendo las obras de renovación del vallado de cerramiento en la autovía A-12 Pamplona-Logroño.

Nuestra planta de tratamiento de residuos biosanitarios, una de las dos únicas instalaciones de este tipo que existen en Andalucía, se ha convertido en un referente desde la pandemia gestionando residuos procedentes también de otras Comunidades Autónomas. Y estoy convencido de que va a seguir siéndolo en los próximos años.

Desde GSA tenemos también un compromiso social con toda la comunidad autónoma que vamos a seguir impulsando este 2022. Por esta razón, y dentro de nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, desde hace años desarrollamos campañas de concienciación en colegios, fomentando la cultura de reciclaje en las familias, en busca de una menor contaminación ambiental y reducciones de emisiones a la atmósfera. En el ámbito educativo, también hemos llevado a cabo concursos para fomentar la recogida de papel-cartón en el ámbito familiar, concienciando sobre la importancia del reciclaje desde edades tempranas, una iniciativa que estamos decididos a impulsar el próximo curso escolar con nuevas propuestas. Nuestro lema es "Fabricando Futuro" y nos lo tomamos muy en serio.

Nuestra línea de colaboración con entidades sociales incluye y seguirá incluyendo el deporte. Así, desde hace años participamos en la Media Maratón Sevilla-Los Palacios, en la que se fomenta la actividad deportiva y el reciclaje, llevando a cabo también la recogida de envases durante el transcurso del evento a lo largo de los 21 kilómetros de recorrido. Nuestra implicación fue reconocida en la III Gala del Deporte de Los Palacios y Villafranca, en la que recibimos la mención "Mecenas Deportivo" por nuestro apoyo y patrocinio a eventos deportivos en la provincia. Y el pasado año llegamos a un acuerdo de patrocinio con el joven jugador de pádel Santi Pineda que supone una importante ayuda económica para su desarrollo deportivo, así como para su formación académica.

Seguiremos organizando y colaborando con actividades formativas y divulgativas que fomenten la responsabilidad medioambiental y la economía circular dentro del sector industrial. El pasado año participamos en un encuentro el caso de Cesur, donde compartimos nuestra labor y experiencia como gestores de residuos biosanitarios durante la pandemia, y las III Jornadas Cátedra Economía Circular del pasado mes de marzo que hemos patrocinado junto con Aborgase han sido todo un éxito tanto por los ponentes como por la amplia participación. Son iniciativas que están muy en la línea de nuestros valores y vamos a seguir apostando por ellas. Como digo, nuestro lema es "Fabricando Futuro" y, desde la divulgación y formación también se contribuye a que, entre todos, construyamos un futuro mejor, más sostenible y respetuoso con el medioambiente.





Lorenzo Martínez: “La geotermia cubrirá gran parte de las necesidades de la industria”



ENTREVISTA

LORENZO MARTÍNEZ MORALES
CEO DE GEOINTEGRAL

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Geointegral aporta soluciones completas de climatización, centrándose en el uso de la energía geotérmica. ¿Por qué se han especializado en la geotermia? ¿Qué ventajas ofrece?

Nosotros, cuando creamos la empresa en el año 2011, ya vimos que la geotermia era la solución para la climatización que se necesitaba en el mercado y que no estaba lo suficientemente cubierta por ninguna empresa.

Es una energía renovable que sirve para producir la calefacción y el aire acondicionado, entre otros, en cualquier tipo de edificio, con el menor consumo de energía primaria posible, en relación a cualquiera de las alternativas que hay en la actualidad. Es por ello que decidimos centrarnos en este tipo de tecnología y durante estos 11 años que llevamos trabajando con geotermia se ha consolidado

y no deja de consolidarse como la energía, para estos usos que te he comentado, que se va a implantar de manera estándar de ahora al futuro.

La geotermia es, sin duda, una alternativa a la continua subida de los precios de los sistemas tradicionales, pero, ¿cuál es el proceso de instalación de este sistema?

El principal sello distintivo de una instalación geotérmica es que intercambia calor con el terreno, eso implica realizar una o varias perforaciones en la parcela

o el emplazamiento donde esté el edificio, la vivienda, el colegio o el hospital, por ejemplo.

Antes de construir o una vez construido el edificio se realizan las perforaciones en el exterior, en el terreno que haya disponible y luego quedan cubiertas o debajo del propio edificio. Esas perforaciones se conectan a la sala técnica donde hay una bomba de calor, un dispositivo equivalente a la caldera, que extrae el calor del terreno para introducirlo en los sistemas de climatización.

En líneas generales, ¿cree usted que la sociedad está lo suficientemente informada acerca de este tipo de climatización?

No. De hecho, cuando nosotros empezamos hace 11 años era como predicar en el desierto. No hemos parado en todos estos años de hacer visitas de arquitectura, estudios de ingeniería y queda muchísimo trabajo por hacer en ese sentido.

Hemos observado que después de nuestra visita, cada uno de los nuevos clientes pasan de un desconocimiento absoluto a un convencimiento absoluto de que es la energía para climatización que se debe usar siempre. Pero es verdad que el cliente potencial no está lo suficientemente informado, por la única razón de que hace falta muchísima más información a todos los niveles de la población:



usuarios, técnicos, arquitectos... a todos esos niveles hay que aportarle mucha información y formación sobre cómo funciona y en qué consiste la energía geotérmica.

Vemos que la administración aboga por las energías renovables y la transición energética, pero, ¿aporta subvenciones y ayudas al sector de la geotermia? ¿Apoya a aquellos ciudadanos que pretenden realizar una instalación en su vivienda?

Sí. Desde diciembre del año 2021, y en la actualidad está vigente, hay una ayuda para las instalaciones geotérmicas de climatización. De hecho, nos satisface ver que la energía renovable que mayor apoyo económico tiene en la actualidad desde esta última orden de incentivos que siguen vigentes en la actualidad es la geotermia, es decir, los técnicos de los que depende la administración en términos de energía renovable han visualizado que es la energía renovable por la que más hay que apostar.

Desde el punto de vista tecnológico, la geotermia está desarrollada al 99%, teniendo como base la manera en la que se realizan las perforaciones y cómo es la tecnología que se utiliza para esas perforaciones, está todo inventado. Nosotros llevamos muchos años en este sector y todo está muy inventado, lo que hace falta es ese nivel de comunicación que haga que se conforme como una energía de primera opción en todos los casos.

Nosotros rondamos las 200 instalaciones geotérmicas realizadas y no se nos ha dado el caso de un cliente que tras la instalación nos llame por teléfono para arrepentirse del sistema geotérmico. Todas las instalaciones geotérmicas son casos de éxito, pero por el simple hecho de que contamos con una tecnología lo suficientemente desarrollada y que cumple con las expectativas en el 100% de los casos.

Geotermia o Aerotermia, ¿cuál deberíamos elegir?

Geotermia siempre. La Aerotermia solo la consideramos como el plan b cuando no se puede, por alguna razón, instalar geotermia. En nuestro número de instalaciones la geotermia ocupa el 95-98% de todo lo que hacemos.

¿Cuándo se realiza una instalación aerotérmica? Pues cuando un cliente quiere eliminar la caldera de gas o gasóleo, pero no puede perforar. Si alguien vive en un piso o en una casa sin jardín, no queda otro remedio que

instalar aerotermia, pero siempre la primera opción es la geotermia.

¿En qué líneas de trabajo se va a centrar la empresa en este 2022?

Nuestra trayectoria se ha centrado en el ámbito residencial. Inicialmente, las viviendas unifamiliares de cierto tamaño fueron nuestro cliente tipo. Luego, a lo largo de los años, las casas que instalan geotermia son viviendas normales. La geotermia está hecha para todo tipo de clientes. Antes se asociaba a clientes con cierto poder adquisitivo, pero eso ya ha cambiado, es accesible a cualquier tipo de cliente.

“Nos satisface ver que la energía renovable que mayor apoyo económico tiene en la actualidad es la geotermia”

En esa evolución, del sector residencial hemos dado el salto a viviendas plurifamiliares, a edificios de 50-60 viviendas en los que se realiza una instalación geotérmica comunitaria. Esta opción la desconoce la gente, pero provee de todos los servicios de calefacción, refrigeración y demás, al menor costo posible y el nivel de coste de implantación es similar al de cualquier otra alternativa no renovable.

Nuestra proyección en este 2022, será la industria. La industria es el grandísimo cliente que todavía no sabe que la geotermia le puede ayudar a reducir las emisiones en los procesos industriales de todo tipo. Es ese cliente que tiene un gran potencial, la posibilidad de implantar grandísimas potencias de geotermia, pero todavía no lo sabe. La responsabilidad de darlo a conocer la tenemos nosotros y esa es nuestra gran tarea pendiente que ya hemos iniciado.



ENTREVISTA

JORGE LORING
DIRECTOR GE&PE
INGENIERÍA

Jorge Loring: “El autoconsumo es una necesidad que la sociedad llevaba demandando más de 10 años”



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

GE&PE Ingeniería, ¿ha dónde se remontan los inicios de la empresa?

Los inicios de GE&PE Ingeniería se remontan al año 1983 bajo la necesidad que surge en los consumidores de obtener mejores contratos en energía eléctrica y en gas, así como estudios de eficiencia energética.

Es decir, que desde el año 1983 el consumidor ya se preocupaba por ser eficiente energéticamente, un sentimiento muy presente en la actualidad...

Sí, efectivamente. Desde que en los años 70, se produjo la primera crisis energética tanto instituciones públicas como privadas tomaron consciencia de la necesidad de ser eficientes energéticamente. Tanto es así que el Gobierno nacional creó el Instituto para la Diversificación y

ahorro de la Energía -IDAE- en el año 1983 y en Andalucía se creó la Sociedad para el Desarrollo Energético de Andalucía aproximadamente en el mismo año, que luego pasó a ser la Agencia Andaluza de la Energía, la cual está hoy en día muy activa.

Ante la aparición de las energías renovables y su creciente demanda, ¿cómo se plantea el mercado?

El autoconsumo es una necesidad que la sociedad llevaba demandando desde hace más de 10 o 12 años y gracias a la mejora de la reglamentación existente en la actualidad, para que la planificación sea más rápida y ágil, se ha incrementado su demanda.

Además, los altos precios de la energía fósil actual ha acelerado aún más el proceso de transición, puesto que la diferencia entre lo

que yo me puedo producir en mi propio centro de producción y lo que puedo comprar a precios excesivos es muy grande, por lo que es una inversión muy rentable que ha visto un crecimiento en su demanda en los últimos meses.

Los servicios más demandados en GE&PE Ingeniería abarcan lo que llamamos nosotros la gestión de la energía, la cual abarca dos aspectos: la gestión de compra de energía eléctrica y gas, y todo lo relacionado con la eficiencia energética.

En esta línea, ofrecemos mejoras productivas en todos los procesos, atendiendo a la gran demanda de plantas de energía renovable, sobre todo fotovoltaica y eólica, aunque también hay otras como la biomasa o la geotermia y, por supuesto, las plantas de autoconsumo que, principalmente son fotovoltaicas,

pero también hay de pequeños equipos eólicos.

Bajo su experiencia, ¿qué sectores ve usted que están aportando por ser eficientes energéticamente?

Para el sector hidráulico, el sector de riego, es muy necesario el autoconsumo. Evidentemente, tanto pequeños riesgos, grandes

instalaciones como las propias comunidades de regantes son potenciales clientes a los que el autoconsumo les supondría una rentabilidad a corto y largo plazo.

Y luego, todos los sectores que consuman 24 horas electricidad, así como aquellos que la consumen durante las horas del día amortizan la instalación muy rápido y les sale bastante rentable.

¿En qué se focalizará la empresa en los años venideros?

Nosotros estamos focalizados en la gestión de energía y en el diseño de plantas de energía renovable, tanto para empresas energéticas del sector, para promotores como para empresas consumidoras, como el sector metalúrgico, el sector del frío, edificaciones como hospitales, centros comerciales y muchísimos otros sectores que son intensivos en consumo de energía.

“Es una inversión muy rentable que ha visto un crecimiento en su demanda en los últimos meses”



Mariano Barroso: “España es un referente mundial por su labor en el desarrollo del sector de la energía eólica”

ENTREVISTA

MARIANO BARROSO PIDAL
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO
TORSA GLOBAL

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

TORSA es una compañía española de desarrollo de ingeniería especializada en el diseño y fabricación de soluciones de alto nivel tecnológico para distintos sectores como la industria pesada y la industria logística, entre otros, que además cuenta con una división de energías renovables especializada en la gestión y puesta en marcha de parques eólicos y fotovoltaicos. ¿Ante qué necesidades del mercado se comenzó a desarrollar una división de energías renovables en su empresa?

TORSA comienza su camino en el sector de las energías renovables, y más concretamente en la eólica, en la década de los 90, por lo que la compañía, y concretamente su presidente, Mariano Barroso Flores (mi padre), están considerados pioneros del sector de las energías renovables en Andalucía y España.

En esa época estaba muy poco desarrollado este sector, era casi inexistente, ya que solo había unos pocos kilovatios eólicos instalados en Tarifa (Cádiz) y en algún otro punto de Cataluña, y hoy en día ya hay instalados cerca de 30 mil megavatios eólicos, y 15 mil megavatios de solar fotovoltaica en toda España. Creo que es un dato que, para los que participamos en el sector, poder sentirnos muy orgullosos.

TORSA participa en todas las fases de promoción, construcción y operación de un parque eólico. ¿Cuáles han sido los proyectos más relevantes que han llevado a cabo?

La empresa ha logrado desarrollar y poner en marcha más de 300 MWs entre parques eólicos y parques solares fotovoltaicos, lo que supone generar inversiones de más de 400 millones de euros.

Sabiendo lo complejo que llega a ser siempre el desarrollo de este tipo de instalaciones, podemos considerarlos todos como relevantes, y sobre todo aquellos de mayor potencia. Si tuviera que escoger uno, entonces sería el parque eólico El Pino en Los Barrios, de 24 MWs, por su alta capacidad de producción, y porque para la empresa fue un camino muy largo, de mucho esfuerzo y necesidad de recursos. Fueron cerca de 10 años para poder desarrollarlo, construirlo y ponerlo en marcha.

¿Tienen algún proyecto de suma re-

levancia a nivel nacional? ¿E internacional?

Aparte del que acabo de mencionar, que ya lleva más de 15 años en operación, yo resaltaría los más de 100 MWs desarrollados en Chile, y que se están construyendo en estos momentos. Esta ha sido la primera experiencia internacional para la empresa en este sector, y fue todo un reto aplicar nuestro “know how” en otro país diferente al nuestro, donde todo es nuevo, desde la normativa, la organización del sistema eléctrico, la cultura empresarial y, en definitiva, la forma de hacer las cosas. Pero ahora podemos decir que fue todo un éxito, ya no sólo por el negocio en sí, sino por la experiencia profesional adquirida, tanto por el equipo como por la organización.

TORSA tiene experiencia a nivel in-

ternacional, tomando como referencia que han podido apreciar las situaciones de diversos países en torno a la energía eólica, ¿cree usted que se aprovechan bien las posibilidades de nuestro país en este sentido?

España es un referente mundial por su labor en el desarrollo del sector de la energía eólica en estas últimas décadas. Pero también hay que reconocer que se cometieron errores en el pasado, como la moratoria y parada del sector, o la aplicación de retroactividad en leyes. Esto hizo que perdiéramos un tiempo valiosísimo, y además generó muchísima incertidumbre, pasando de estar en el top 5 de potencia instalada mundial, a no estar ni entre los diez primeros hoy en día.

El saber cuáles son las reglas del juego de una manera certera, y tener la tranquilidad de que se van a mantener en el tiempo, es algo fundamental para motivar y atraer inversiones tan importantes como las que se necesitan en este sector. Esto es algo que se está recuperando, sobre todo porque hoy en día todo el mundo está convencido de que es el único camino para conservar el medio ambiente, reducir la dependencia de los combustibles fósiles (carbón, petróleo, gas...), reducir la factura eléctrica, etc... y por ello a nivel político, se están promoviendo leyes y acuerdos que siguen impulsando la generación renovable de manera muy importante en toda Europa. Y encima ahora se suma otro motivo muy relevante, como es el reducir, e incluso eliminar, la dependencia tan brutal que tiene Europa del gas y petróleo rusos.

Estamos viendo por fin algo que venimos demandando desde hace tiempo desde el sector, que es el apoyo total de todas las instituciones y organizaciones, incluyendo ecologistas, partidos políticos e incluso de la ciudadanía. Ya vamos tarde, y es el momento de remar todos en la misma dirección, ahora que está más que demostrada la importancia de las energías renovables para la economía y la sociedad en general.

La transición energética es un hecho, ¿promoverá la misma la implantación de más parques eólicos?

Sin duda. Ese es el gran reto que plantea La Ley de Cambio Climático y Transición Energética, buscar el cambio de modelo de

producción y consumo de energía basado en combustibles fósiles, y pasar a uno basado en energía de origen renovable. Por tanto, no hay otro camino que seguir impulsando este tipo de instalaciones de producción de energía, y la eólica es una de ellas.

Como dato a conocer: en España, para el 2030, está establecido como objetivo alcanzar que el 70 % de la generación de energía sea de origen renovable (ahora situado en torno al 45 %), y que el 35 % del consumo de energía a nivel nacional esté cubierto con fuentes de energía renovable (ahora en torno al 20 %).

¿En qué se centrarán las líneas de trabajo de la compañía en este 2022?

En estos momentos estamos centrados en seguir trabajando la cartera de proyectos de energía eólica que tenemos en desarrollo en Andalucía, intentando contribuir de esta manera en alcanzar los objetivos antes descritos.





Norberto Pagés: “El objetivo es que las empresas crezcan pero de forma sostenible”



ENTREVISTA

NORBERTO PAGÉS
DIRECTOR DE SÉMÁS
CONSULTORÍA

SM.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
éMás Consultoría nace con el objetivo de ofrecer a Pequeñas y Medianas Empresas el asesoramiento y apoyo necesario para su óptimo desarrollo empresarial. En una era cada vez más digital a la par que sostenible

¿Cuáles son las principales demandas que hacen los potenciales clientes a la consultoría?

En nuestra área de Ingeniería, sobre todo demandan un único interlocutor que les asesore en cada momento de los pasos que tienen que ir dando. Para ello, necesitan confiar sus asuntos importantes en una empresa comprometida y con personal responsable que se integre con los miembros de su empresa y trabajen en equipo.

Necesitan poder delegar aquellas tareas que se escapan del día a día de su personal o que lo mejora y complementa, una empresa que funcione a modo de “pepito grillo” que controle los registros, trámites, licencias urbanísticas, medioambientales, etc. y los plazos en los que realizar cada acción para la consecución de estos.

Hoy en día, debido a la repercusión me-

diática, ha crecido mucho la demanda de subvenciones, nuestros clientes, se enteran por los medios, que van a llegar muchísimos millones de los Fondos de Recuperación, pero no saben donde tienen que buscar ni tienen personal cualificado para a ello.

Del mismo modo, saben que parte de ese dinero va a llegar en forma de licitaciones públicas, sobre todo que tienen que ver con la transición ecológica y la innovación digital, con lo que nos requieren para que les presentemos las licitaciones públicas o les elaboremos la hoja de ruta para poder presentarse a las mismas.

También clientes públicos como entidades locales, que no cuentan con recursos ni conocimientos suficientes, nos solicitan la presentación de subvenciones para eficiencia energética, rehabilitación de edificios, implantación de zonas de bajas emisiones, renovables, etc.

¿Cuáles son esos ámbitos que más preocupan al empresario del presente?

Pues ante los tiempos convulsos, el empresario actual está preocupado por los efectos que el incremento en los costes laborales, los precios de consumo y los costes energéticos y de las materias primas pueden tener tanto en la economía en general como en su propia actividad. Otra de las preocupaciones son los problemas para contratar personal cualificado para nuevos puestos de trabajo o cubrir bajas, sobre todo en las áreas de producción y operaciones.

También, consideran que la digitalización es importante para mejorar su competitividad, pero no cuentan con personal con las competencias adecuadas, con lo que entienden que su presupuesto se ve reducido, no sólo por los nuevos equipamientos, sino también por la necesidad de contratar nuevo personal o formar al personal que tienen en plantilla.

Del mismo modo, los empresarios han tomado más conciencia de que el hacer las cosas bien desde el punto de vista medioambiental, les reporta mayor ingreso consecuencia de la confianza de los clientes en la reputación de la marca, de esta forma ven como inversiones en eficiencia energética, renovables y economía circular les supone un menor gasto en los suministros y materias primas.

Ya antes de la pandemia había surgido una conciencia ecológica global que ha aumentado durante los últimos años. La preocupación por el medio ambiente es una de las mayores en los jóvenes en todo el mundo, por ese motivo, las empresas deben actuar en consecuencia, cambiar sus modelos y tomar una serie de medidas de economía circular. Permittedoles mantener y aumentar su base de clientes a corto y medio plazo.

Asimismo, han surgido ayudas para consumidores electrointensivos, ¿en qué se basan este tipo de ayudas?

La industria electrointensiva es aquella en la que uno de los factores principales de la producción es la electricidad. Para estas industrias, desde la perspectiva de la competencia en mercados globales, el coste del suministro eléctrico resulta especialmente crítico. Para paliar estos costes el Gobierno, a través del Real Decreto Ley 20/2018, de 7 de diciembre, contempla la figura del consumidor electrointensivo, con objeto de establecer unos mecanismos encaminados a mitigar los efectos de sus costes energéticos.

Así, se articulan nuevos mecanismos de ayudas, como la compensación a los consumidores electrointensivos perteneciente a sectores cuya posición competitiva se ve afectada por los costes derivados del apoyo a la financiación de la energía procedente de fuentes renovables y de cogeneración de alta eficiencia y de la retribución específica en los territorios no peninsulares, cuya convocatoria ya ha sido publicada y cuyo plazo de presentación finaliza el 17 de junio de 2022. Estos mecanismos vienen a unirse a otros ya existentes como el de compensación por costes de emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.

En aras de una economía circular, ¿qué incentivos pone la administración

a disposición del empresario?

A lo largo de los años la administración pública ha ido poniendo una serie de incentivos de naturaleza tributaria, en pro de la economía circular, como por ejemplo el IVA reducido o la exención del IVA en los artículos de 2a mano. Y también ha ido incorporando en las ayudas públicas incentivos para favorecer la incorporación de inversiones en materia medioambiental y de economía circular, como por ejemplo dar mayor porcentaje de incentivo si la inversión llevaba aparejadas inversiones medioambientales, etc.

Últimamente, esto se acentúa con la llegada del Fondo Next Generation EU, que destina una partida muy importante a la sostenibilidad y, precisamente, la economía circular se sitúa en el foco de estas ayudas.

Por otro lado la administración, también pone en el mercado instrumentos que penalizan a las empresas que más contaminan, como por ejemplo el impuesto de vertido, cuya finalidad es desincentivar el vertido de residuos, y por tanto mejorar la calidad y cantidad de la recogida selectiva.

Vuestra compañía aporta al usuario un enfoque sostenible y optimizado para su empresa, ¿cuáles son las bases que debemos tener en cuenta para maximizar el valor para el cliente a la vez que se minimiza el despilfarro?

El sistema lineal de economía está avanzando en los últimos tiempos hacia una economía circular, en el que el desecho se convierte en materia prima. La permanencia de los productos en el ciclo productivo y la reutilización, bien dentro de la propia empresa o en otras, de los subproductos generados, junto al uso de energías limpias son los mandamientos. El objetivo es que las empresas crezcan pero de forma sostenible, con lo que vamos a conseguir:

Reputación: tanto hacia la sociedad para demostrar que se está comprometido con la conservación del medio ambiente, como hacia los inversores que exigen rentabilidad pero también una mayor sostenibilidad.

Rentabilidad: el ahorro derivado de la reducción y el reaprovechamiento de los residuos y el uso de energías renovables, impacta de manera positiva en la cuenta de resultados.

Cada vez más empresas introducen más sistemas de economía circular, que inciden en un menor coste medioambiental y económico y en un mayor ingreso provocado por el aumento de la reputación y por consiguiente de clientes.

Ejemplo de medidas a implantar son: Abastecimiento de proximidad; Aprovechamiento de subproductos; La reutilización de envases y embalajes, Readquisición de los bienes fabricados; Uso de energías renovables, etc.

Su Consultoría, ¿en qué líneas de trabajo pretende incidir en este 2022? ¿Hay proyectos sobre la mesa?

En el 2022 seguiremos incidiendo en los servicios que ofrecemos actualmente, pensamos que son servicios a los que las PYMES tiene menos llegada, por lo que vamos a reforzarlos para poder ayudar a un mayor número de empresas a implementar con éxito sus proyectos. Van a llegar muchos fondos europeos tanto en forma de ayudas como de licitaciones y queremos que cada vez más PYMES puedan optar a los mismos.

Tenemos bastantes proyectos sobre la mesa dentro de los ámbitos ya comentados, nuestro objetivo es poder ofrecer a nuestros clientes un servicio integral.



Lamberto Camacho: “En Ibox Energy generamos riqueza y empleo”



En Andalucía Ibox Energy tiene más de 530 MWp de capacidad (operación y desarrollo) distribuida en las provincias de: Córdoba, Sevilla, Jaén, Granada, Huelva y Almería. En Córdoba está presente con una planta de 50 MWp que genera electricidad desde 2021. El resto de los proyectos están en desarrollo avanzado. Concretamente en Granada, Ibox Energy desarrolla 97,5 MWp distribuidos en diversas áreas; es decir, no se trata de un macroparque, sino de futuras instalaciones de tipo medio muy cercanas entre sí. También está presente en Jaén, Almería, en esta última provincia desarrolla un proyecto de 50 MWp; Sevilla y Huelva. Estimamos que los proyectos que tenemos en Andalucía comenzarán a construirse en el primer o segundo trimestre de 2023. Las plantas ubicadas en esta comunidad autónoma generarán energía suficiente para satisfacer las necesidades de electricidad de más de 130.000 hogares y evitarán la emisión a la atmósfera de 142.500 toneladas de CO₂.

¿En qué países están presentes? ¿En cuáles de ellos tienen una mayor presencia y ejecutan proyectos de mayor envergadura?

Ibox Energy está presente en España y, a medio plazo, se plantea la posibilidad de iniciar desarrollos en otros países de la Unión Euro-

pea, aunque todavía es una iniciativa que se encuentra en estudio. De momento centra su actividad en desarrollar su capacidad (2,5 GW) que supondrá una inversión superior a los 1.100 millones de euros, crear 5.000 puestos de trabajo y satisfacer las necesidades anuales de electricidad a 500.000 hogares. Ibox Energy prevé incrementar su cartera de proyectos hasta los 4 GW en 2024.

Asimismo, se trata de una compañía alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible incluidos en la Agenda de Naciones Unidas, ¿no es así?

Ibox Energy crea un impacto positivo en la sociedad mediante la utilización de técnicas productivas, innovadoras y rentables, y alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible incluidos en la Agenda de Naciones Unidas para contribuir a la prosperidad de las comunidades en las que opera.

En Ibox Energy generamos riqueza y empleo, tanto directo en la construcción de plantas, como indirecto. Un empleo que en su mayor parte siempre procuramos que sea local, al igual que también suelen ser locales las empresas auxiliares y de apoyo en la construcción de las plantas. Y es que nuestro modelo de negocio está basado en una operativa responsable que genera impacto positivo en el ámbito social, económico y medioambiental.

Dentro de nuestro Plan de RSC desarrollamos un programa de centros de capacitación en el sector de energías renovables con el objetivo de formar a futuros trabajadores. Ibox Energy también impulsará acuerdos con los municipios donde tiene sus proyectos para la creación de Comunidades Energéticas que contribuyan a reducir de manera sustancial la factura de la luz. Asi-

mismo, firmamos convenios con localidades donde tendremos futuras plantas fotovoltaicas con el objetivo de crear pequeños negocios capaces de incentivar pequeños negocios capaces de crear empleos estables entre los vecinos. Negocios centrados en actividades que sean de interés y ofrezcan rentabilidad a largo plazo para la comunidad.

En el ámbito cultural hemos suscrito recientemente con la Universidad de Granada y el Ayuntamiento de Atarfe un acuerdo de patrocinio que apoyará los trabajos de investigación en el yacimiento arqueológico y medieval de Medina Elvira, ubicado entre los municipios de Atarfe y de Pinos Puente (Granada).

Consideramos que las empresas, en su actividad, deben mirar hacia el futuro en todos los aspectos: seguridad, medio ambiente, cambio climático, progreso de las comunidades... Las empresas no son sólo números. Su objetivo ha de ser triple: crear valor económico y rentabilidad, defender el medio ambiente y favorecer la mejora del entorno social.

Somos una empresa comprometida con el bienestar de las personas y la preservación de nuestro planeta. Desarrollamos nuestras operaciones de forma responsable, generando un impacto positivo en el ámbito social, ambiental y económico, con el objetivo de ayudar a construir un futuro sostenible

¿A dónde se dirigen las inversiones de la compañía?

Ibox Energy está presente en Andalucía, Extremadura, Comunidad Valenciana, Murcia, Comunidad de Madrid, Castilla y León, y Castilla La Mancha. Su objetivo a medio plazo es ampliar su presencia en estas comunidades autónomas, estratégicas para la empresa, por su índice de irradiación solar, disponibilidad de terrenos y facilidades en las tramitaciones administrativas. Ibox Energy tiene previsto la puesta en marcha de una planta de generación de hidrógeno verde en España con tecnología fotovoltaica, así como comunidades energéticas en aquellas zonas donde tiene proyectos para suministrar energía eléctrica a los vecinos y, de esta forma, contribuir a reducir la factura de la luz. Actuaciones, en definitiva, que van en línea con los objetivos del Gobierno y de la Unión Europea para que el progresivo desarrollo de las energías renovables contribuyan a la descarbonización y a la defensa del medio ambiente.

¿Está siendo 2022 un año provechoso?

Ibox Energy cumple con los objetivos previstos en su Plan Estratégico y somos optimistas. Terminaremos el año con unos 200 MWp en operación y otros 100 MWp en construcción para consolidarnos como uno de los referentes del sector en España.

ENTREVISTA

LAMBERTO CAMACHO
CONSEJERO DE
IBOX ENERGY

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Háblenos de la trayectoria de la compañía.

Ibox Energy es una empresa cuya actividad se centra en el desarrollo de plantas de energía fotovoltaica con una operativa responsable que genera impacto positivo en el ámbito social, económico y medioambiental. La compañía tiene proyectos en España con una capacidad total de 2,5 GW fotovoltaicos en diversas fases de desarrollo y, también en operación, distribuidos en las comunidades autónomas de Andalucía, Extremadura, Castilla La Mancha, Castilla y León, Murcia, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid.



Planta de 50 MW en Posadas (Córdoba) desarrollada por IBOX ENERGY.



ENTREVISTA

ALFONSO GARCÉS LÓPEZ-ALONSO
FUNDADOR Y CEO DE
QUANTICA RENOVABLES
PARA TRIBUNA DE
ANDALUCÍA

Alfonso Garcés: “Más de 4.000 familias y empresas han acometido su cambio al autoconsumo con nosotros”



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Quantica Renovables, una compañía implicada en la transición energética. ¿Qué soluciones ofrecen al potencial cliente?

Desde QUANTICA Renovables proporcionamos a empresas, industria y hogares el conocimiento adquirido por nuestro equipo de ingenieros con más de 25 años de experiencia en grandes instalaciones fotovoltaicas a nivel internacional, para ayudarles a mejorar sus costes energéticos y garantizar su sostenibilidad.

Este Know-how adquirido es el que hemos trasladado en los últimos seis años al sector industrial, corporativo y residencial en España, donde nos hemos convertido en referencia como ingeniería solar mediante una oferta de soluciones energéticas de máxima calidad siempre ajustadas a las necesidades de cada empresa o familia.

¿Cuál es nuestra ventaja competitiva? Probablemente que Quantica ejecuta cada fase del proyecto siempre con personal propio y con todas las garantías financieras y de producción hasta la finalización y entrega llave en mano al cliente.

Después de 6 años son más de 4.000 las familias y empresas que han acometido su cambio al autoconsumo con nosotros. Comenzamos en 2016 con dos empleados que serán 180 al final de este año. En este momento nuestras instalaciones cuánticas suman más de 40 MW de potencia instalada (más de 80.000 paneles solares) y tenemos sedes físicas en Sevilla, Málaga, Córdoba, Valencia, Castellón, Plascencia y Gijón. Hoy podemos decir que hemos sabido conectar y ganar la confianza de nuestros clientes desde honestidad y la solvencia técnica.

Cabe mencionar que apuestan por el sector agrícola, potenciando que disminuya su huella de carbono...

La última partida de fondos europeos *Next Generation EU* destinada a la aceleración del autoconsumo en toda España no ha olvidado esta vez del sector agrícola, que cuenta ahora con interesantes subvenciones para su transición energética cuando más ha demostrado ser un sector de enorme peso estratégico es nuestra economía a raíz de la pandemia.

Electrificar al primer sector

debe ser prioritario si queremos recuperar su competitividad frente a las amenazas globales que lo acechan y que ponen en entredicho su sostenibilidad. Quantica ha acumulado gran experiencia en Andalucía en estos años en electrificar y ejecutar bombeos fotovoltaicos para explotaciones agropecuarias y comunidades de regantes, y seremos un socio fiable para cualquier empresa agrícola que desee tramitar su acceso a las subvenciones europeas y beneficiarse de ellas.

¿Está siendo el sector agrícola uno de los más implicados en las energías renovables?

Los beneficios de apostar por electrificar con energías renovables de manera inminente el primer sector son incalculables. España es una isla energética. Cuenta con una radiación solar que es la envidia de medio mundo y aprovecharla supondrá una revolución económica y social para nuestra historia. Sin embargo, cabe preguntarse por qué el cambio no se ha producido más rápido y sin ambages.

Cambiar la matriz energética del sector agropecuario revitalizaría enormemente su competitividad y con ella muy probablemente

la ilusión de muchísimas personas que padecen la dureza de una actividad clave en la construcción de un futuro sostenible.

¿Qué otros sectores son potenciales en este ámbito?

La inercia del enorme auge que experimenta y seguirá experimentando el autoconsumo lleva a Quantica a trabajar cada vez más con clientes que presentan enormes consumos energéticos. Industrias electrointensivas de diferentes sectores, como el azulejero en el Levante, el bioquímico o el maderero han encontrado en nuestras soluciones más que un salvavidas para sus negocios.

Cabe mencionar que la propuesta de valor Quantica para las grandes industrias no solo contempla el diseño, ejecución y operación y mantenimiento de nuestras plantas cuánticas, somos expertos además en la estructuración financiera necesaria para abordar un cambio que puede representar una operación de millones de euros para estas industrias electrointensivas.

Cada vez son más los hogares que apuestan por el autoconsumo, ¿nos dirigimos

hacia una era sostenible?

De existir la posibilidad de un futuro mejor para todos los seres humanos este pasa ineludiblemente en la parada de la sostenibilidad. Hace ya décadas que se apunta en esta dirección, pero es ahora que hemos tomado verdadera conciencia del escaso tiempo que nos queda. La civilización entera se enfrenta a un profundo de cambio y, a mi juicio, la oportunidad es enorme para Andalucía y España: por así decirlo jugamos con mejores cartas que muchos de nuestros compañeros de mesa.

¿En qué se focalizará la empresa en los años venideros?

El reto de Quantica Renovables de cara al futuro será afianzar y acelerar este cambio histórico en todos los rincones de España, buscando ser protagonista entre la nueva hornada de empresas energética que representamos la alternativa al viejo oligopolio eléctrico. En la era de la generación distribuida, el control y la producción de la energía está de facto en manos de las personas. Quantica seguirá siendo un agente clave para que se produzca este trasvase.



ENTREVISTA

**ANA MUÑOZ
ARQUELLADAS**

DIPUTADA DE LA
DELEGACIÓN DE EMPLEO Y
DESARROLLO SOSTENIBLE DE
LA DIPUTACIÓN DE GRANADA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Agenda Urbana, basada en la Agenda 2030 propuesta por Naciones Unidas, marcará la hoja de ruta a seguir en los próximos años. ¿Qué políticas está desarrollando la Diputación de Granada en términos sostenibles de cara al 2030?

En la Diputación de Granada estamos trabajando incidiendo en los sectores más potentes con los que cuenta nuestra provincia. Contamos con sectores importantísimos como lo son el sector agroalimentario y el turismo.

Las líneas que se plantean en base al turismo pasan por desarrollar un turismo sostenible que genere riqueza en el territorio, a la par de que sea respetuoso con el medio ambiente.

En cuanto a nuestra clara apuesta el sector agroalimentario, estamos inmersos en el impulso de proyectos como “Sabor Granada”, el cual apuesta por las empresas de dicho sector. Desde la Diputación tenemos siempre presente la necesidad de cambiar y modernizar nuestro modelo productivo, con el objetivo de que se genere en Granada empleo de calidad, modernizando los sectores tradicionales y aportando por la inteligencia artificial.

No en vano, se está trabajando por ser la sede del Centro Nacional de Inteligencia y la Agencia Española de la Supervisión de la Inteligencia Artificial. Es ahí a donde se están dirigiendo todos nuestros esfuerzos para que nuestra provincia sea puntera en esta nueva industria.

El futuro parece dirigirse a una era digital, por lo que nuestro enfoque plantea seguir apostando por nuestros sectores tradicionales, pero modernizándolos. Y, desde luego, en Granada se da el ecosistema necesario e imprescindible para poder llevar a cabo ese cambio.

Para que, como usted comenta, exista un cambio en el modelo productivo en los sectores estratégicos es fundamental la colaboración público-privada. ¿Están en sintonía empresas y administración?

Lo estamos y, además, creo que Granada está siendo ejemplo de ello.

Hablando de inteligencia artificial, recientemente hemos presentado todas las instituciones, incluida la Confederación de Empresarios y la Cámara de Comercio, junto con la Universidad y la administración,



Ana Muñoz Arquelladas: “Nuestro enfoque plantea seguir apostando por nuestros sectores tradicionales, pero modernizándolos”

una estrategia de desarrollo que se llama “aIMPULSA”, donde están presentes todas esas instituciones, además de empresas privadas que están detrás del convencimiento de la necesidad de ser tractores, junto con la administración y la Universidad, de ese cambio de modelo productivo. En este sentido, estamos muy contentos de trabajar de la mano del sector privado.

Vivimos en una sociedad que cada vez más apuesta por el autoconsumo. Endesa presentó a la Diputación de Granada su plan de inversión para reforzar el suministro eléctrico de la provincia, ¿en qué consiste el mismo?

Con respecto a las nuevas energías, tenemos unas líneas estratégicas que son una apuesta clara del Gobierno de España, para promover las infraestructuras necesarias en cuanto a lo que la energía se refiere.

Endesa encuentra en Granada una provincia con todos los recursos, las posibilidades y las inversiones necesarias que fomente la incorporación y la tracción de nuevas empresas, todo ello desde el convencimiento de la transición hacia las energías sostenibles. Nuevas energías limpias, como la solar o la eólica, energías que se desarrollan plenamente en nuestra provincia dado su clima y orografía.

Endesa nos planteó una buena propuesta, una inversión dentro de la provincia que, con la colaboración de los ayuntamientos, promoverá la incorporación de nuevas empresas, creando el ecosistema necesario en este ámbito. Todo ello respondiendo a la demanda de las necesidades ciudadanas, mejorando infraestructuras y aportando un mejor servicio ya demandado en algunos municipios.

Asimismo, como usted comentaba al inicio, el sector

agroalimentario conforma un sector relevante dentro de la provincia. En este sentido, se ha organizado una jornada de reflexión y debate en torno a la necesidad de establecer un sistema agroalimentario territorial sostenible. ¿Cuáles son las líneas que ha de seguir el sector?

Lo primero que tenemos que hacer es procurar que los agricultores se queden en nuestra provincia para lo que hay que fomentar y aportar ciertas garantías, que van desde los precios en origen, la sostenibilidad y las infraestructuras necesarias que permitan que se siga produciendo en base a una calidad.

En este sentido, las infraestructuras son un factor clave en el desarrollo de la actividad agroalimentaria para facilitar su exportación y su distribución.

Desde la Diputación de Granada apoyamos al sector primario, un

sector fundamental en nuestra provincia que supone más de un 8% de nuestro PIB. Seguiremos apostando por proyectos como “Sabor Granada” que promueven la promoción de pequeñas y medianas empresas de este sector. A partir de ahí, la Diputación seguirá trabajando mano a mano con las distintas asociaciones agrarias y con el sector a través de convenios, para acompañarlos en este tránsito.

Ahora mismo, con la puesta en marcha de la Ley de Seguridad Alimentaria se trabajará en origen con mayor seguridad y se preservarán los precios para que, al final de esta cadena, todo el mundo gane.

¿A qué retos se enfrenta la Diputación de Granada en este 2022? ¿Cuáles son esos proyectos que deben tener su resolución en este año?

Nuestro reto en 2022 pasa por impulsar proyectos que puedan acogerse a los Fondos Next Generation. Queremos aprovechar esta oportunidad que se nos brinda desde Europa a través de estos fondos de recuperación, para promover proyectos de turismo sostenible, sostenibilidad energética y modernización del sector agroalimentario, entre otros, que lleven incorporado ese nuevo cambio productivo del que hablábamos.



Con la puesta en marcha de la Ley de Seguridad Alimentaria se trabajará en origen con mayor seguridad

En otras palabras, lo que queremos es aprovechar estos nuevos recursos que se toman imprescindibles, sin olvidar que cuando se acaben seguirá vigente ese marco 21-27 de la Unión Europea que viene a apoyar proyectos innovadores y que promuevan la transición. Todo ello lo perseguirá la Diputación con un objetivo claro que es hacer frente a la despoblación, un problema que queremos combatir aportando nuestro granito de arena.



Antonia Lorenzo: “A nuestro cliente le ofrecemos lo último, lo más novedoso, lo más innovador y lo más sostenible”

ENTREVISTA

ANTONIA LORENZO
CEO DE BIOAZUL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Bioazul, una empresa enfocada en el desarrollo de soluciones eco-innovadoras y sostenibles para el tratamiento y reutilización del agua. ¿Cuáles son las principales líneas de trabajo sobre las que se asienta la compañía?

Bioazul nace en el año 2003 con la vocación de contribuir a la labor sostenible de un recurso muy escaso como es el agua. Nuestras principales líneas de negocio se basan en la ingeniería y consultoría de aguas, desarrollando soluciones para el tratamiento, la reutilización y la recuperación de sustancias de valor.

Trabajamos con diferentes flujos de agua como residuales urbanos o industriales. La idea es proponer una solución hecha a medida para nuestros clientes y adecuada para un contexto determinado, por eso no hablamos solo de tecnolo-

gía, sino de soluciones que permitan darle la mayor circularidad posible al recurso agua.

Hacemos proyectos básicos, proyectos de detalle, construimos, instalamos, ponemos en marcha plantas de tratamiento, de reutilización o también nos podemos limitar al proyecto de ingeniería para que otras entidades ejecuten la planta.

Tenemos otra línea de negocio relacionada con equipos, como pueden ser ozonificadores, que son tecnologías de terceros que nosotros distribuimos.

Y, por último, pero no menos importante, tenemos una línea de consultoría de innovación en proyectos europeos. Lo que hacemos es identificar oportunidades de financiación para nuestras propias innovaciones o de nuestros clientes, en el marco de programas que financian investigación, desarrollo e innovación a nivel internacional. La idea es ayudar a nuestros clientes a encontrar los recursos necesarios para poder, en el marco de estos proyectos, verificar determinadas innovaciones antes de su penetración en el mercado.

Hablando de un recurso tan escaso como el agua, ¿a qué retos se enfrenta el sector?



El sector se enfrenta a muchos retos que tienen que ver con la escasez, con la pérdida de calidad y con la necesidad de una mejor planificación en el uso del agua. Estamos en un contexto de cambio climático en el que la disponibilidad y la calidad del agua están viéndose muy afectadas. El reto es poder anticiparnos, entendiendo los escenarios de vulnerabilidad futura, y planificar un uso sostenible.

Los efectos negativos asociados al cambio climático tienen mucho que ver con la sostenibilidad en sistemas alimentarios, es de primer orden implementar esquemas de producción alimentaria más sostenibles en lo que a consumo de agua se refiere. Y hago hincapié en esta cuestión, porque el 70% del agua que se extrae se utiliza para agricultura y producción agropecuaria. Si se consigue transitar hacia un uso más sostenible del recurso agua en este sector, el impacto aumentaría.

Sin duda alguna, la innovación está ganando peso en

la sociedad en la que vivimos, ¿qué supone para el potencial cliente el hecho de que puedan ofrecerle un servicio integral de consultoría I+D+i?

Estamos ofreciéndole un valor añadido en el sentido de que cada día se está innovando y hay novedades en la gestión del agua y en su tratamiento. Novedades apoyadas por el marco regulatorio como, por ejemplo, el Pacto Verde Europeo.

Nuestra compañía se centra en la innovación y en la participación en proyectos internacionales de I+D+i, lo que nos permite hacer una vigilancia tecnológica, la cual nos permite identificar innovaciones que a veces tan siquiera están en el mercado, pudiendo ofrecerlas a nuestros clientes.

Por ende, a nuestro cliente le ofrecemos lo último, lo más novedoso, lo más innovador y lo más sostenible, muchas veces verificado en proyectos europeos financiados por la Comisión Europea.

“Estamos en un contexto de cambio climático en el que la disponibilidad y la calidad del agua están viéndose muy afectadas”

¿Qué proyectos toman relevancia en la actualidad para su compañía?

Estamos en un momento muy dulce. Desde nuestra creación trabajamos en proyectos internacionales y hemos participado y liderado decenas de ellos en estos últimos años, pero ahora mismo, en este momento, destacan dos que tenemos en marcha.

Uno es un proyecto que se llama Es Vertical Ecosystem, que financia la Comisión Europea, cuyo objetivo es apoyar la transformación del sector de la construcción hacia la sostenibilidad. Trabajamos, de mano de otra empresa, Biotonomy, en el desarrollo de un sistema de jardines verticales que se riega con aguas regeneradas. Tomamos aguas grises de habitaciones de un hotel destinadas a regar esa fachada vertical. De esta forma, optimizamos su uso y le damos circularidad al recurso.

El segundo, es un proyecto PRIMA, que coordinamos desde Bioazul. Se presentó el año pasado en abril, nos invitaron a una segunda fase en septiembre, han aprobado 2 a nivel europeo y se asienta sobre un nexo de agua, energías, alimentación y ecosistemas. El proyecto, BONEX, se inició el 1 de mayo y vamos a tener 3 años para demostrar que la implementación de ciertas innovaciones, como puede ser el uso de aguas regeneradas en la agricultura, va a contribuir a este nexo, el cual es muy importante dentro del reto que supone la planificación.





Carlos Pérez: “Hay sol para todo el mercado”

ENTREVISTA

**CARLOS PÉREZ
FERNÁNDEZ-ESPADA**
SOCIO FUNDADOR ISOLAR

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cuál es la filosofía con la que la empresa iSolar – Solar Energy Solutions ha irrumpido recientemente en el mercado?

iSolar – Solar Energy Solutions nace de la unión de tres socios fundadores, cuya filosofía común radica en escuchar al cliente y en no ser una instaladora de energías renovables más. Irrumpe en el mercado con el convencimiento claro de convertirnos en el proveedor de energías renovables de confianza de nuestros clientes, particulares y empresas, con un objetivo, escucharles, como única fórmula para satisfacer al 100% sus necesidades, tanto energéticas como estéticas de la instalación, haciendo de sus hogares y empresas lugares más sostenibles, y más eficientes por los consecuentes ahorros en consumos energéticos.

Para ello, desde iSolar – Solar Energy Solutions ponemos a disposición de nuestros clientes, el conocimiento de nuestros socios fundadores, ingenieros y técnicos, con más de 10 años de experiencia en el desarrollo de proyectos de energías renovables, consiguiendo así que cada proyecto e instalación sea diseñado a medida para cada cliente, como expertos en fotovoltaica para autoconsumo solar, aerotermia, y movilidad, con nuestras soluciones de cargadores de coches eléctricos.

Podemos decir que iSolar – Solar Energy Solutions no es una instaladora al uso, somos ingeniería e instaladora con un servicio completo de asesoramiento a nuestros clientes, con el que resolvemos todas sus dudas y necesidades energéticas.

Ahora mismo se están desarrollando un gran número de empresas enfocadas a las energías renovables. ¿no cree que quizá el mercado ya esté un poco saturado?

Lo fácil y oportunista, aprovechando esta oportunidad que nos ofrecéis de presentarnos antes vuestros lectores, sería responder con un sí, ya está un poco saturado el mercado.

Pero desde iSolar – Solar Energy Solutions, y gracias a nuestra mar-

cada filosofía de compromiso por y para nuestros clientes, particulares y empresas, podemos responder con confianza que, aunque existe una gran número de empresas de reciente creación, claramente hay sol para todo el mercado, y más si cabe, muchísimos más tejados y cubiertas sin aprovechar la energía que nos regala el sol.

Como ponemos a nuestros clientes en el centro, el hecho de que nuestros clientes tengan muchas opciones para elegir, no hace más que empujarnos hacia el camino de la mejora constante en calidad y precio. Por ello, importante comparar bien y elegir una empresa que, como iSolar – Solar Energy Solutions, tenga comprobada experiencia técnica y se preocupe por escuchar al cliente.

Esta mejora continua a la que nos obliga, no hará más que conseguir que las energías renovables sean cada vez más accesibles a la sociedad y a las empresas, alcanzando nuestra visión de conseguir un mundo más sostenible, a través de las energías renovables y la eficiencia energética.

Como ejemplo, el número de empresas que piensa invertir en energía solar en los próximos cinco años casi se ha duplicado en el tiempo que ha transcurrido entre 2020 y el 2021, pasando del 22% al 42%, y ahí estará iSolar – Solar Energy Solutions para acompañarles.

El sol y el aire de Andalucía siempre han estado ahí ¿cree que la coyuntura actual de encarecimiento de suministros va a servir para que de una vez se haga una apuesta firme por las energías renovables?

Efectivamente, tenemos la gran suerte de contar en Andalucía con gran abundancia en sol y aire, no es raro que la mayoría de nosotros se halla preguntado cómo es posible que es Andalucía, con el sol que tenemos, no tengamos todos los tejados y cubiertas repletos de instalaciones fotovoltaicas para autoconsumo solar, o cómo es posible que en Andalucía la ola de las energías renovables no hubiera empezado muchos años antes (impuesto al sol, actualmente eliminado), y desde iSolar – Solar Energy Solutions también nos hicimos esas preguntas, y aquí estamos.

Para todo este tipo de cambios, siempre debe existir una o varias palancas que den el pistoletazo de salida, y para el caso de las energías renovables, tanto en Andalucía

como en España, tres de estas palancas han sido el encarecimiento generalizado de los suministros, con reflejo directo en lo que pagamos mes a mes en nuestras facturas, según fuentes oficiales, en 2021 se produjo un encarecimiento de la factura de la luz del 41% para un consumidor medio y respecto del 2020, y sin atisbo de que vuelvan los precios de antes; la mejora en la relación calidad-precio de las instalaciones de energías renovables; y cómo no, el apoyo institucional a todos los niveles, desde Europa hasta Andalucía, a través de las ayudas directas a las energías renovables, que desde iSolar – Solar Energy Solutions, opinamos que deben y seguirán llegando para afianzar este cambio en los hábitos de consumo energéticos, situando a las renovables en términos de autoconsumo, como la primera opción para las familias y empresas.

¿Qué ventajas puede tener para una familia el cambio en la obtención de energías, teniendo en cuenta el coste de las instalaciones?

Para una familia media formada por 4 personas, las ventajas que puede tener una instalación fotovoltaica para autoconsumo solar, y tendrá durante toda su vida útil (superior a 20 años), son múltiples, ya son muchos los clientes que nos llegan consultando por nuestros servicios en iSolar – Solar Energy Solutions, porque han oído de tales ventajas a sus propios vecinos.

Por citar expresamente tales ventajas, estas van desde el ahorro directo en el consumo energético y consecuente ahorro económico en la factura de suministros, hasta el aprovechamiento de las vigentes bonificaciones, subvenciones e incentivos públicos a la instalación de energías renovables para autoconsumo solar, sin dejar atrás el compromiso por hacer de cada una de sus casas y empresas un lugar más sostenible.

Si se quiere presentar algunos números, para una familia media de 4 personas viviendo en una casa, como es el caso de un cliente de iSolar – Solar Energy Solutions, con una instalación 100% adaptada a sus necesidades energéticas, compuesta por 12 paneles solares, amortizaría la inversión en 5-6 años con una rentabilidad del 15,1%, y ahorrando en 20 años por encima de los 25.000€, al quedar liberado a partir del 5-6 año del significativo gasto económico que supone para una casa el gasto de suministros.



Y si el caso es para una empresa, tomando también como ejemplo, uno de nuestros clientes que ya disfruta del autoconsumo solar, igualmente con una instalación 100% adaptada a sus necesidades energéticas compuesta por 18 paneles solares, amortizaría la inversión en 5-6 años con una rentabilidad del 18,7%, y ahorrando en 20 años por encima de los 40.000€, al quedar liberado a partir del 5-6 año del significativo gasto económico que supone el gasto industrial en suministros.

En estos sectores que se basan tanto en la innovación, ¿cuál ha sido la evolución en los últimos 10 años?

Los últimos 10 años de las energías renovables aplicadas al autoconsumo se pueden dividir en dos etapas claramente diferenciadas, los primeros 7 años marcados por el famoso “impuesto al sol”, que obligaba a los propietarios de instalaciones fotovoltaicas a pagar unos impuestos adicionales por conectarse a la red eléctrica, y que dan respuesta a nuestras preguntas de cómo es posible que en España y Andalucía no estuviésemos mucho más avanzado en este campo, y los 3 últimos años, en los que estamos viviendo el despegue efectivo de las energías renovables aplicadas al autoconsumo, llegando al sector residencial y empresarial.

De niveles de potencia instalada para autoconsumo constantes desde 2015 hasta 2018, a multiplicarse por 3 en 2021 para toda España, de 4.767 MW a 15.190 MW. Y en Andalucía, sobre todo en el último año, multiplicándose por 3,5 desde 2019.

Pero todo lo anterior no es sólo debido a las mejoras en normativa o apoyos vía subvenciones desde las instituciones públicas, siendo justos con la continua innovación que desde el sector llevamos a cabo, también se debe a las mejores soluciones que estamos ofreciendo al mercado, gracias a la mejora en producción fotovoltaica por m2 de

instalación, y/o en su estética, lo que redonda en instalaciones mejor adaptadas al sector residencial y las PYMES.

Para iSolar – Solar Energy Solutions es un orgullo poder estar aportando nuestro granito de arena a este camino aún por recorrer.

Y ¿qué podemos esperar en este campo para dentro de 10 años?

En España y Andalucía, el futuro en términos de energías renovables aplicadas al autoconsumo solar es apasionante y muy prometedor, como dato, no puede ser que Alemania tenga a día de hoy 10 veces más potencia instalada que España, siendo España el país europeo con mayor radiación solar, entre 1600 KW/m2 y 1950 KW/m2 en su mayor parte.

Como reto por delante, tenemos el situarnos a la cabeza de Europa en potencia instalada, así como cumplir con el objetivo de 37GW de potencia instalada del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima para 2030, de lo que formará parte iSolar – Solar Energy Solutions, y no cabe duda de que se conseguirá, con los crecimientos en potencia solar fotovoltaica instalada que se esperan en próximos años.

Y desde iSolar – Solar Energy Solutions nos mojamos, esta tendencia se debe ver reforzada por constantes mejoras normativas y la llegada constante de fondos y ayudas públicas que incentiven y hagan realidad que el autoconsumo solar lleguen a todos los hogares y todas las empresas.

Y como ejemplo, al igual que hoy día la normativa aplicable al sector residencial considera la obligación de aplicar energías térmicas solares (ACS o aerotermia), igualmente se debe ir dando pasos hacia la misma obligación para el autoconsumo solar por instalaciones fotovoltaicas, como una opción necesariamente a integrar, lo que redundará de nuevo en mejoras de calidad-precio y estética.



Francisco Javier Ramírez: “Este es, sin duda, el momento para impulsar de manera definitiva a las energías renovables”

ENTREVISTA

FRANCISCO JAVIER RAMÍREZ
DIRECTOR GERENTE AGENCIA
ANDALUZA DE LA ENERGÍA

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La energía se ha convertido en los últimos meses en un asunto de máximo interés por la subida exponencial de sus costes. Este es un problema que se ha visto agravado por la guerra de Ucrania y ahora parece que también con los últimos movimientos del gobierno central con los vecinos de Marruecos. ¿Cómo está afectando esto a Andalucía?

El impacto de la subida del precio de la energía está siendo en Andalucía, al igual que en el resto de España, muy grande. Las industrias electrointensivas son las que más se están resintiendo de esta escalada de costes debido a que, en muchas ocasiones, sus contratos de suministro eléctrico no son a largo plazo, lo que hace que la volatilidad de precios en el mercado repercuta de forma directa en su cuenta de resultados, haciéndolas menos competitivas. Una situación que, en caso de mantenerse, y unido a los precios del gas, las expone no solo a la merma de beneficios, sino a la reducción o el paro temporal de su actividad porque producir ya no les sale rentable, con lo que esto supondría para el mantenimiento del empleo. Por eso es muy importante en estos momentos la revisión de todos los equipos y procesos para que sean lo más eficientes posibles.

¿Cuáles están siendo los sectores más afectados?

Afecta de forma muy destacada a dos sectores muy importantes para la economía andaluza: el agroalimentario y el turístico. En el primer caso, el uso intensivo que hacen de la electricidad les hace tener unos márgenes muy ajustados, con unos sobrecostes imposibles ya de absorber, que pesan mucho en el producto final, afectando aún más a un mercado ya de por sí tensionado por la escasez de productos motivada por la guerra de Ucrania. El sector turístico, por su parte, se está viendo obligado a incrementar el precio de su oferta, lo que puede lastrar una recuperación que estaba siendo muy positiva tras dos años de pandemia.

Como efecto positivo, en Andalucía cada vez más viviendas, empresas e industrias producen y consumen su propia energía renovable, logrando una mayor independencia de la red eléctrica.

Parece que estamos en un momento en el que se pone de manifiesto la necesidad de un cambio de modelo energético ¿Cree que puede ser este el gran impulso a las energías renovables?

Este es, sin duda, el momento para impulsar de manera definitiva a las energías renovables. Conseguir una economía neutra en carbono en 2050 y con garantías de un suministro energético estable, y a precios razonables, pasa necesariamente porque la práctica totalidad de la demanda energética se cubra mediante el uso de fuentes renovables.

En Andalucía tenemos la suerte de contar con abundantes recursos renovables, que ascienden a 300.000 MW de potencial bruto, 2,7 veces la potencia eléctrica de generación instalada en toda España y, que, afortunadamente somos capaces de aprovechar cada día un poco más.

Según el último informe anual sobre infraestructuras energéticas que hemos elaborado desde la Agencia Andaluza de la Energía, a finales de 2021 el 52% de la potencia actual del parque generador de electricidad andaluz tenía ya origen renovable, superando por primera vez a la potencia convencional instalada, permitiendo evitar la emisión de hasta 5 millones de toneladas de CO₂ a la atmósfera. Sin duda, una muy buena noticia para todos los que vivimos en esta tierra.

Sin embargo, aunque es verdad que tenemos muchos recursos, nos faltan todavía muchas infraestructuras para poder atender la elevada demanda de capacidad de evacuación de renovables existente hoy por hoy en Andalucía; para que este potencial del que disponemos se traduzca en generación efectiva de energía eléctrica renovable. Algo que depende del Gobierno de España.

Además, el desarrollo de las infraestructuras contribuye también al crecimiento socioeconómico de los territorios, ya que éstas son tractoras de inversión, generadoras de empleo, articuladoras del territorio y facilitadoras de la fijación de población en entornos rurales.

Y en este cambio de modelo, ¿qué tienen que decir las Administraciones públicas, como grandes consumidoras de energía que son, en cuanto al incremento de la factura eléctrica y el uso de las energías renovables?

Efectivamente, las administraciones públicas somos grandes consumidoras de energía, la cual es necesaria para el funcionamiento diario de todos los servicios que prestamos. Y, precisamente porque estamos hablando de recursos públicos, debemos asegurarnos que realizamos una gestión de nuestra demanda energética adecuada para nuestro funcionamiento, pero al menor coste posible para los ciudadanos.

Esta labor en nuestra Comunidad Autónoma se desempeña a través de la Red de Energía de la Administración de la Junta de Andalucía (REDEJA), que gestionamos desde la Agencia Andaluza de la Energía. Estamos hablando de 5.000 puntos de suministros eléctricos de institutos de enseñanza secundaria, oficinas administrativas, hospitales, instalaciones deportivas, universidades andaluzas..., que anualmente demandan casi 1.000.000 de MWh de electricidad, el equivalente al consumo de las ciudades de Jaén y Almería en todo un año.

REDEJA es la estructura técnica dentro de la propia administración especializada en prestar distintos servicios para reducir la factura energética de la Junta. Uno de ellos es la gestión del contrato centralizado de suministros eléctricos de la Junta que, bajo la figura de un Acuerdo Marco, y gracias a esta modalidad de contratación, el precio de la energía eléctrica que paga la administración andaluza no se ve influenciado por las fluctuaciones que se producen en el mercado de la electricidad.

Además, el contrato que tiene actualmente la Junta exige energía verde con certificado de garantía de origen 100% renovable para toda la Administración andaluza. Esto redundará también en una disminución de las emisiones de CO₂ a la atmósfera que, según las estimaciones realizadas por la Agencia Andaluza de la Energía, es de unas 500.000 toneladas anuales, que equivalen al consumo libre eléctrico de emisiones de más de 270.000 viviendas durante un año.

Otros servicios que prestamos son el asesoramiento para la realización de inversiones en equipamientos e infraestructuras para la instalación de tecnologías renovables y la mejora de la eficiencia del uso final de la energía en los centros públicos de la Junta de Andalucía. También realizamos estudios energéticos que permiten evaluar la viabilidad de las medidas de ahorro energético y uso de energías renovables implementables en los centros de consumo. En este marco, la Junta de Andalucía dispone de una contratación centralizada, bajo la forma de Acuerdo Marco de Homologación de servicios, para la realización de auditorías energéticas en nuestros edificios públicos. La formación y asesoramiento en materia de contratación de suministros energéticos, normativa de aplicación, inversiones a acometer como resultado de las auditorías llevadas a cabo y en proyectos de obra nueva para alcanzar la mayor calificación energética posible son otros de nuestros ámbitos de actuación.

Están proliferando empresas de comercialización y de instalación de sistemas de energía solar y están a la espera de que los usuarios vuelvan a contar con incentivos que les animen a realizar esa inversión en sus hogares o en sus centros de trabajo ¿Cuándo se podrá disponer de nuevas subvenciones?

A partir del 25 de mayo, la Agencia Andaluza de la Energía abrirá el plazo para solicitar ayudas a inversiones en instalaciones de ge-



neración térmica a partir de renovables (solar térmica, geotermia, biomasa y aerotermia e hidrotérmica) en los sectores económicos.

A través de este nuevo programa, dotado con 21,8 millones de euros procedentes de fondos europeos Next Generation, se contemplan 2 líneas ayudas para instalaciones de energías renovables térmicas, en función del tipo de beneficiario: uno para los sectores industrial, agropecuario, servicios y otros sectores de la economía, incluyendo el residencial que ejerza actividad económica (programa 1); y un segundo para edificios no residenciales, establecimientos e infraestructuras del sector público (programa 2).

Por otro lado, financiado también fondos europeos Next Generation, desde el pasado 2 de diciembre se encuentra abierto el programa de incentivos para instalaciones de autoconsumo con energía solar fotovoltaica y eólica, para almacenamiento, y para equipos de climatización y agua caliente sanitaria en el sector residencial con energía solar térmica, biomasa, geotermia, hidrotérmica y aerotermia; el cual se subdivide, a su vez, en 6 programas.

Para algunos de ellos, dada la alta demanda que estamos teniendo, se ha agotado el presupuesto inicialmente asignado a los mismos. Por eso la Junta ha solicitado una ampliación de fondos de más de 80 millones de euros al Instituto para la Diversificación y el Ahorro de la Energía (IDAE), estando actualmente pendientes de recibir respuesta.

Mientras tanto, hemos habilitado una lista de espera provisional de solicitudes, que serán atendidas por riguroso orden de entrada en el caso de que se libere crédito del presupuesto por decaimientos de solicitudes previamente presentadas o que se incorpore nuevo presupuesto a la convocatoria. Así, cuando un posible beneficiario pide ayudas dentro de este programa, en el caso de no disponer en ese momento de fondos para la actuación solicitada, le aparece previamente en la aplicación a través de la cual debe presentar telemáticamente su solicitud el aviso (con una representación gráfica de un semáforo en rojo) de que los fondos se han agotado pero que, no obstante, una vez firme su solicitud de incentivos, entra en esta lista de reserva provisional.



ENTREVISTA

ALFONSO VARGAS
PRESIDENTE DE CLANER.
ASOCIACIÓN DE ENERGÍAS
RENOVABLES DE ANDALUCÍA

Alfonso Vargas: “El autoconsumo ha venido para quedarse”

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

CLANER es un clúster andaluz de energías renovables, que no tiene ánimo de lucro y que lleva funcionando desde 2012. ¿Por qué las empresas del sector renovable decidieron agruparse en este organismo?

En realidad, las empresas del sector llevan asociadas desde el año 2002. Estamos celebrando este año nuestro 20 aniversario. La marca CLANER se creó en 2012 para dar cabida a otras instituciones del sector como centros tecnológicos, universidades e incluso entidades locales. De esta manera, 10 años después podemos decir que tenemos una asociación consolidada que defiende los intereses del sector y que agrupa prácticamente a todo el tejido renovable andaluz.

Precisamente en unos días, a finales de mayo, han organizado en Sevilla un Congreso Nacional de autoconsumo donde van a participar más de 300 profesionales. ¿Cuáles son las líneas fundamentales que se van a tratar en este encuentro?

No cabe duda de que el autoconsumo ha venido para quedarse después de haber superado las barreras administrativas que impedían su desarrollo en los últimos años. Este Congreso viene precisamente a analizar cuáles son las principales tendencias de futuro, las novedades regulatorias, cómo es la realidad de la tramitación y qué barreras hay en el acceso y la conexión, los precios y otros temas que en los próximos años se van a desarrollar enormemente como son las comunidades energéticas. Estos y otros asuntos se abordarán en estos dos días que esperamos que congreguen a muchos expertos y profesionales del sector.

Nos encontramos en una coyuntura de aumento constante de los suministros en el que parece que las renovables vuelven a coger la fuerza perdida. ¿Es algo coyuntural o cree que estamos realmente en un punto de no retorno?

Sin duda, estamos en un punto de no retorno. El crecimiento de las energías renovables, en los últimos años y en la próxima década, es un hecho incontestable y no hay ninguna organización, ni partido político ni entidad que se oponga a esta realidad porque las consecuencias del cambio climático las estamos viendo y sufriendo cada día y es indudable que las energías renovables son la más eficaz manera de enfrentarse a ellas.

El crecimiento de empresas del sector es muy fuerte. ¿Cómo es con-

cretamente este mercado en Andalucía atendiendo tanto a la energía solar fotovoltaica como termoelectrónica, y también a la eólica a la de biomasa?

Como hemos indicado antes, el crecimiento de los últimos años y de la próxima década en energías renovables va a ser espectacular en nuestro país y Andalucía, por supuesto, no se va a apartar de esa tendencia. Sin embargo, tenemos aquí en nuestra tierra unas características que hacen que la energía solar fotovoltaica esté muy por delante en ese crecimiento frente a otras tecnologías y otras comunidades, dadas nuestras condiciones de recursos solar inmejorables. También esperamos que la biomasa se desarrolle en Andalucía tanto para usos eléctricos como térmicos, dado que es un recurso autóctono que además por su carácter local incide directamente en el empleo y la riqueza de la zona donde se encuentra.



Tenemos en nuestra tierra unas características que hacen que la energía solar fotovoltaica esté muy por delante en ese crecimiento frente a otras tecnologías y otras comunidades

Este es un sector enormemente ligado al I+D+i lo que hace que esté en constante evolución. ¿En qué avances se trabaja ahora mismo que puedan llegar a ser una realidad en un corto o medio plazo?

Indudablemente, el mayor reto al que nos enfrentamos en el futuro es el del almacenamiento, en cómo aprovechar la energía excedentaria que previsiblemente vamos a producir en nuestras plantas de energías renovables.

Por ello, los principales proyectos de innovación que se desarrollan están centrados en las baterías y en la producción del llamado hidrógeno verde que será un vector energético importantísimo en un futuro no demasiado lejano. También podemos destacar que se está trabajando en el desarrollo de herramientas digitales que permitan, mediante el uso de inteligencia artificial, optimizar el mantenimiento de las plantas tanto eólicas como fotovoltaicas.



Germán Morales: “Estamos asistiendo a un cambio en el modelo energético tradicional sin precedentes”

ENTREVISTA

GERMÁN MORALES
CMO UNIELECTRICA

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
UniEléctrica opera en Andalucía desde 2013. ¿Cómo ha cambiado el mercado energético en nuestra comunidad en estos casi diez años?

La revolución energética ha sido radical a todos los niveles, seguramente sea el sector que ha experimentado el desarrollo más profundo y sostenido esta última década. Nosotros hemos ido adaptando nuestra estrategia y estructura a todos estos cambios, manteniendo la filosofía que nos ha llevado a convertirnos en la alternativa a las eléctricas tradicionales.

El sector eléctrico inicia un proceso de liberalización gradual en 1997, aunque en la práctica no es hasta la última década en la que empiezan a aparecer síntomas reales de transición, además del cambio en la forma en que los consumidores se relacionan con su compañía energética, la liberalización impacta en el modo en que las empresas generadoras y comercializadoras vendían y compraban su energía.

Actualmente somos más de 490 comercializadoras activas en el mercado libre nacional, aunque la cuota de mercado sigue agrupando aproximadamente el 70% de los consumidores en 4 grupos comercializadores y el 30% restante entre las 486 comercializadoras que participamos en el sector de manera reciente. El nivel de competencia sigue creciendo, aparecen nuevos modelos de negocio y esto repercute, indudablemente, en una mejora en la capacidad de elección del cliente.

El elevado potencial de recursos energéticos renovables en Andalucía, sumado a la intensificación en las políticas de ahorro y eficiencia energética, y la continua integración de las renovables en el mix energético, nos permitió alcanzar en nuestra comunidad autónoma este 2021 la cuota récord del 55% renovable. En UniEléctrica apostamos por la energía de origen 100% renovable desde nuestro comienzo, antes de que la concienciación social sobre la lucha contra el cambio climático empujara a los organismos políticos a tomar medidas, como el Plan energético nacional (PNIEC).



Aunque el sistema energético actual sigue estando basado en los combustibles fósiles, los cuales están presentes en todos los usos finales y representan más del 60% de la demanda energética en Europa, actualmente la descarbonización de la economía se está construyendo sobre la electrificación renovable masiva a corto plazo, aplazando los nichos de consumo que requieren tecnologías más caras e inmaduras.

Sin duda, una década en la era digital es un abismo de innovación, y el mapa energético andaluz ha experimentado avances tecnológicos en todos los ámbitos, desde las redes de transporte y distribución de energía hasta el ecosistema digital en el que se relacionan comercializadoras y clientes.

Ahora mismo el sector energético está atravesando una crisis sobre todo de confianza de los consumidores que reciben informaciones contradictorias y quizá demasiadas ofertas que no saben analizar. ¿Cuál es su política en este sentido?

Mantenernos fieles a nuestra filosofía. En UniEléctrica ofrecemos desde 2013 una visión alternativa al servicio despersonalizado de las compañías tradicionales, apostando por la empatía y cercanía, por establecer una relación basada en la confianza con los clientes más allá de un acuerdo contractual por el suministro energético.

La transparencia en nuestra comunicación va desde una factura eléctrica sencilla y clara hasta la accesibilidad de todos los miembros de la compañía, somos una eléctrica cada día más grande, pero nos mantenemos fieles a nuestros principios como empresa.

En comparación con estas compañías tradicionales nosotros preferimos no tener muchos clientes, sino clientes muy contentos, y esto

siendo una eléctrica hoy en día, es algo que nos ha costado mucho conseguir y mantener, evidentemente que el nivel de satisfacción siga creciendo durante esta escalada de precios en el mercado es algo muy complejo (Diciembre de 2021 fue un 470% más caro que el año anterior), al final todos los clientes de todas las compañías están sufriendo las consecuencias del incremento en el mercado mayorista (POOL) en su factura, esto es una realidad a día de hoy.

Nosotros hemos seguido informando de manera accesible y sincera a nuestros clientes, distribuidores y colaboradores sobre las consecuencias de la situación del mercado, sin duda, algo que nos caracteriza es la capacidad de adaptación, por ejemplo; entendemos que muchos de nuestros clientes en el segmento pyme necesitan soluciones reales para fraccionar o prorrogar el pago de su factura para continuar con su actividad, y así lo estamos haciendo en algunos casos.

También hemos actualizado nuestra gama de soluciones de eficiencia energética (autoconsumo, telemedida, puntos de recarga...) para que todos nuestros clientes puedan optimizar su perfil energético sin inversión inicial, reduciendo así el importe de su factura.

Además, hemos conseguido ajustar nuestras tarifas sobre el precio al que adquirimos la energía, para que nuestros clientes noten lo menos posible el aumento en los precios del mercado.

Entendemos el descontento respecto a esta situación en el mercado, al final todos los integrantes estamos pagando más por la energía, nosotros hemos seguido consolidando nuestra apuesta en informar de manera personalizada y empática, parece lógico, pero el sector eléctrico no siempre ha sido así.

¿Cuál cree que será el futuro más próximo en cuanto a los precios de la energía para los pequeños usuarios y las empresas?

Ya existen algunos indicadores de estabilidad en el mercado mayorista, aunque los mercados de futuros marcan un precio medio elevado y hay traders especializados en el sector que pronostican precios altos hasta 2024, aunque inferiores a los actuales.

No es un tema coyuntural sino estructural, seguir aumentando la aportación renovable en el mix energético nacional, mientras los derechos de emisión de CO2 y el precio del gas sigan al alza, va a seguir siendo contraproducente, es cierto que los precios medios de años anteriores como el 2020 parecen aún lejanos.

El ejemplo más claro lo tenemos en los países nórdicos, más avanzados en el proceso de reconversión de la generación hacia energías renovables. Una clave sería atraer inversión internacional en los grandes parques de generación, principalmente sobre la energía solar, en España somos el primer país europeo en radiación solar (1800Kw/m2) y una media de 2500 horas de sol al año, nuestro potencial para liderar la revolución solar es indiscutible.

Las renovables han pasado por diferentes fases y ahora parece que se presentan como la única alternativa. Ustedes apostaron en Andalucía por este tipo de energías cuando prácticamente ni se conocían.

Así es, somos una de las primeras comercializadoras verdes en España. Fuimos pioneros en ofrecer energía 100% renovable, de manera clara y sencilla adaptando nuestras tarifas a las necesidades energéticas de los clientes, y no al revés, que es como se venía haciendo durante el oligopolio.

Nosotros queríamos empezar a construir un futuro más limpio y justo, fomentando el acceso a la energía renovable a particulares, empresas e industrias. En Andalucía la concienciación en la lucha contra el cambio climático y preservación del medio ambiente a día de hoy es admirable, aunque hace 9 años resultaba un tema casi desconocido entre las instituciones y empresas de nuestra comunidad.

Más del 80% de la nueva capacidad eléctrica que se sumó el pasado 2021 fue renovable, con un claro predominio de las instalaciones fotovoltaicas y eólicas que representaron un 91% de ese crecimiento.

Sin duda las renovables son la única alternativa para la transición hacia un modelo energético sostenible, y la solución a medio plazo más consistente para la estabilización en los mercados energéticos internacionales.

Su sede está en Córdoba ¿cómo se sitúa esta provincia a nivel energético en comparación con el resto de Andalucía y de España?

En nuestra comunidad contamos con unas condiciones y expectativas únicas para liderar el desarrollo estratégico del sector, el total de potencia renovable instalada en Andalucía hasta 2021 (8941 MW) repartido en tecnologías: 39,3% de los 155 parques eólicos en funcionamiento, 38,8% procedente de la energía fotovoltaica entre grandes parques, instalaciones de autoconsumo conectadas a la red y pequeñas centrales industriales.

Más allá de los grandes parques solares e instalaciones en el tejido empresarial, el ámbito residencial comienza a dar signos de concienciación energética, además, Córdoba es una de las capitales españolas con mayor bonificación del IBI por la instalación de autoconsumo, un 50% durante 10 años, esto hace aún más atractiva y rentable esta alternativa en nuestra provincia.

Respecto a la instalación de nuevos sistemas de autoabastecimiento renovable por provincias, Sevilla lidera el desarrollo con un 28% del total, seguida de Málaga con un 14%, Córdoba y Jaén empatan con un 13%, Cádiz alcanza el 12%, Granada registra un 11%, un 5% en la provincia de Almería y un 4% en la de Huelva.

La generación energética andaluza este 2021 ha sido en un 55% de origen renovable, y todo parece indicar que este 2022 superaremos el 60%. Según los últimos datos de la Agencia Andaluza de la Energía en Córdoba contamos con 894 MW de potencia eléctrica renovable, un 10% del total andaluz, a su vez, nuestra comunidad representa un 14% del total nacional.

Más allá de los datos, estamos asistiendo a un cambio en el modelo energético tradicional sin precedentes, la participación de alternativas como la nuestra en generación y comercialización, la digitalización de las redes de transporte y distribución, aparición de nuevas tecnologías para la tracción de la inversión internacional en las energías renovables y, sobre todo, la concienciación social a todos los niveles en la lucha contra el cambio climático nos está permitiendo vivir un momento histórico.



ENTREVISTA

RAÚL PEÑA

CEO ENERGÍA VERDE Y SOSTENIBLE S.L.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Energía Verde y Sostenible, una empresa especializada en la realización de proyectos integrales de eficiencia y sostenibilidad energética. ¿Qué soluciones energéticas ponen a disposición del cliente?

Básicamente, energía solar fotovoltaica. Esta es, sin duda, la demanda principal del cliente potencial.

Nosotros estamos especializados en sistemas premium, de gama alta. Por lo que estamos especializados y apostamos por el residenciales de nivel medio-alto y en el sector agrícola, siendo este último nuestro nicho principal de mercado.

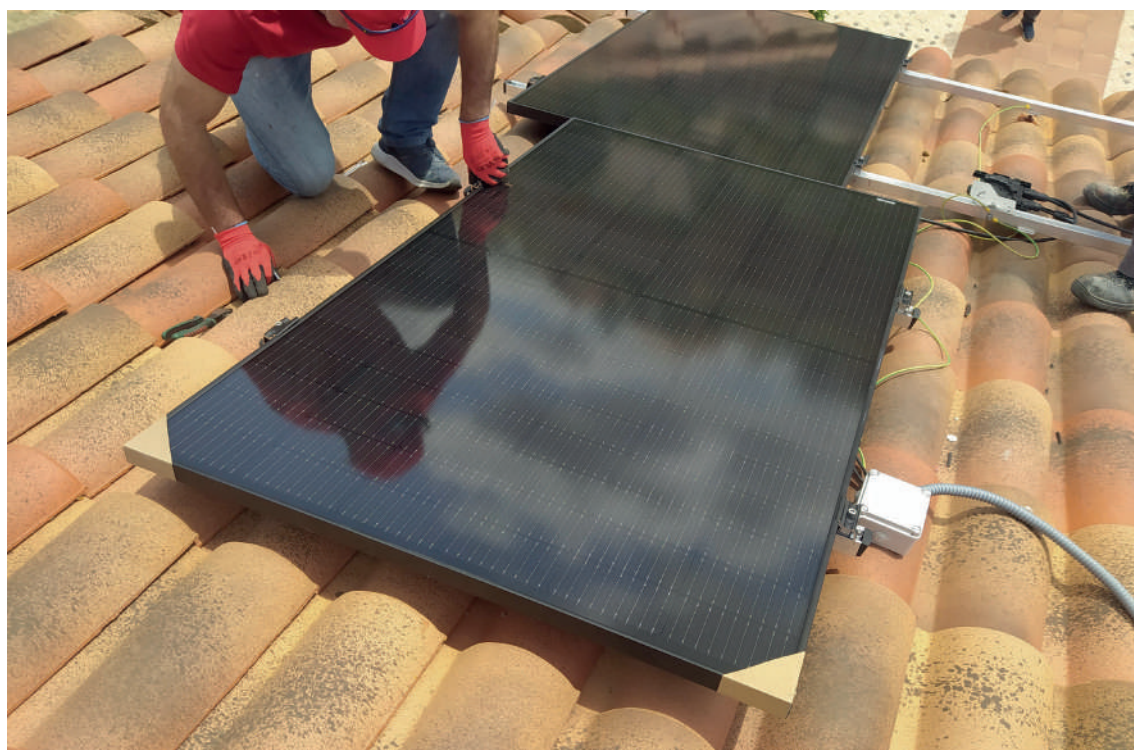
En este sentido, ¿está el sector agrícola apostando por este tipo de energía verde?

El sector agrícola es quizá de los más receptivos, pero la realidad es que lo están pasando muy mal. El sector agrícola está pasando por una situación económica realmente lamentable, entre la escasez del cereal para los ganaderos y los precios de las materias primas están enfrentándose a numerosas dificultades, pero están muy por la labor de invertir en el sector, porque visualizan la rentabilidad y la importancia de estas energías a largo plazo.

En definitiva, el sector agrícola apuesta mucho por el sector de las energías renovables, pero supone un desembolso económico importante que en la actualidad conlleva muchos esfuerzos. A decir verdad, hoy en día está prácticamente todo el mundo por la labor, porque el precio de la energía eléctrica y los combustibles fósiles está haciendo que la gente se vuelque en energías renovables. El 50% de las ventas que tenemos nos las está haciendo el propio mercado de la energía. Todo el mundo está muy por la labor de colocarse la etiqueta verde, aparte de que es una apuesta seria de futuro si se hace bien.

Al final supone una rentabilidad a largo plazo...

Sí. Lo que pasa es que en este sector, como en todos los sectores en los que se mueve algo de dinero, hay mucha intrusión. Te encuentras, en lugar de muchas instalaciones, muchos cadáveres, muchas instalaciones que a, corto o medio plazo, van a acabar dando problemas, porque no dan la rentabilidad estimada o porque los equipos no tienen las garantías necesarias. Si se hace bien y en condiciones este sector acabará dando muchos frutos.



Raúl Peña: “Queremos crear la primera feria de autoconsumo para particulares en Andalucía”

Es un sector como otro cualquiera, como cuando en el boom de la construcción cualquiera que hubiese puesto un ladrillo ya se consideraba oficial de primera y todo el mundo era constructor. Ahora pasa igual, cualquiera que haya conectado dos tubos de fontanería se cree capacitado de poner paneles solares, porque en realidad es relativamente sencillo, pero hay mucha gente que cree que por verse 4 vídeos de YouTube sabe colocar placas fotovoltaicas y no es así, hay muchas cosas que tener en cuenta, entre ellas

hay que tener en cuenta que no deja de ser un sistema constructivo nuevo y si no se ejecuta de manera efectiva acaba siendo un parche malo en la vivienda o en una industria.

¿Frena la burocracia el potencial del sector?

Nosotros, desde Energía Verde y Sostenible, creamos una empresa en colaboración con una ingeniería a nivel nacional precisamente por ese tema, el papeleo. No existe una regulación para todos los ayuntamientos, en cada sitio exigen unos parámetros diferentes, por lo que

existe un desconocimiento real de la documentación que hay que presentar.

El 90% de los instaladores no preparan los documentos, hay muchísimas instalaciones puestas que están sin legalizar, porque los trámites burocráticos son pesados y tediosos. Es por ello que nosotros creamos esta empresa que te comentaba, Solen Consulting, pensando en ayudar a pequeños instaladores a gestionar la documentación. Existe una problemática real en torno a este tema, la falta de regulación estatal

o autonómica al respecto, hace que cada sitio se maneje de una forma autónoma, creando muchas diferencias en función del municipio.

¿No cree usted que deberían abogar por una coordinación plena en este sentido?

Rotundamente SI. Nos pasa que por ejemplo, en la provincia de Sevilla, que es donde se centra nuestro trabajo, el Ayuntamiento de Sevilla que ha hecho un trabajo maravilloso, ha facilitado la solicitud de instalación a través de un paso súper sencillo que se realiza por vía telemática con una duración de 2 horas, siendo la tasa de 60 euros. Mientras que si te mueves 7 km al norte tienes que realizar y presentar en el correspondiente ayuntamiento un proyecto de una obra nueva, costando la licencia de instalación cerca de los 400 euros. Por lo que no existe ningún tipo de coordinación entre administraciones para igualar la documentación.

“El sector agrícola apuesta mucho por el sector de las energías renovables”

¿En qué objetivos se va a centrar la compañía en este 2022?

Nosotros tenemos tres líneas de trabajo por las que vamos a apostar. Apostamos por la cercanía, intentamos montar paneles europeos, sistemas europeos y, si podemos, españoles. Intentamos huir de los inversores asiáticos, no es que sean malos, simplemente tengo como política personal intentar generar riqueza en km 0.

Por otra parte, estamos apostando muy seriamente en el sector agrícola y va a ser nuestro enfoque, sin bajarnos ni un ápice de la filosofía de instalar sistemas premium y de alta calidad.

Y, por último, difundir conocimiento a los usuarios. Yo formo parte de la secretaría técnica de la primera feria que estamos creando sobre el autoconsumo enfocado a particulares, solar fair. La idea es que el cliente vaya a una feria donde lo van a formar, va a conocer el proceso de instalación, la documentación necesaria y que de allí mismo pueda salir con el equipo comprado. Estamos preparándola en colaboración con INGEVENTS, porque existen muchas ferias de autoconsumo enfocadas a empresas y profesionales, pero no para particulares. Queremos crear la primera feria de autoconsumo para particulares en Andalucía.



ENTREVISTA

DANIEL PÉREZ
CEO DE EASYCHARGER

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Easycharger, una red de carga de vehículos eléctricos abierta a todos los usuarios. ¿Dónde se remontan los inicios de la compañía?

Los inicios de la compañía se remontan al año 2017. Yo tenía un canal de YouTube, que sigo teniendo, y probaba todo tipo de vehículos eléctricos. En esas pruebas de vehículos eléctricos me encontraba con la dificultad de realizar viajes porque la mayor parte de puntos de carga que existían en España en el año 2017 eran puntos de carga inaccesibles, porque había que solicitar en el correspondiente ayuntamiento una tarjeta física. Con lo cual tenías que planificar el viaje con 15-20 días de antelación para poder cargar el vehículo.

En ese momento, con mi socio y cofundador de la compañía, comenzamos a buscar una solución, un software que permitiera que todos estos puntos de carga sean accesibles con un móvil.

En 2017 constituimos la empresa, empezamos a desarrollar la plataforma y comenzamos a sondear el mercado. Ahí nos dimos cuenta que aparte de la plataforma, si no había una red de carga rápida era inviable el sector. Fue entonces cuando dimos un giro a la compañía, implementando una compañía de software y de infraestructuras.

En el año 2018 hicimos la infraestructura de carga, buscamos inversores y capital, porque lógicamente es un sector muy intensivo en inversiones de capital.

Usted relató que sus estaciones de carga están pensadas como un usuario las pensaría, es decir, que ustedes nacieron como usuarios y a partir de una serie de necesidades lanzaron el proyecto. Hablaba de 2017, año en el que la carga del vehículo eléctrico era prácticamente inaccesible. En la actualidad, ¿están cubiertas a grandes rasgos las necesidades de los usuarios que apuestan por el vehículo eléctrico?

Yo creo que en este asunto hay muchos matices. Se puede viajar con vehículo eléctrico, hoy en día no es un problema viajar con vehículo eléctrico, pero sí que se tiene que trabajar en hacer cada día ese viaje más cómodo. Las necesidades básicas están cubiertas, pero hay que mejorarlas mucho.

Nosotros ahora lo que estamos desplegando es una red de carga ultra rápida, porque la red de carga rápida ya existe y puedes moverte perfectamente por toda España. Si la carga rápida necesitaba una fuerte inversión, la carga ultra rápida necesita una inversión gigante.

Estamos desplegando una gran red de más de 300 estaciones de carga ultra rápida. Cuando hablamos de carga ultra rápida hablamos de que en 8-10 minutos una persona ha podido cargar su coche, por lo que estamos equiparando la carga de un combustible tradicional con la de un combustible eléctrico. Y esa es una realidad, ya se puede hacer en algunas estaciones, lo que estamos intentando es que se pueda hacer en todas nuestras estaciones.



Daniel Pérez: “Tenemos una de las mejores plataformas de gestión de puntos de carga del mundo entero”

Los cargadores de este tipo de carga que están operativos tienen 180 KW de potencia y tenemos instalados, aunque todavía no están en servicio, cargadores de 300 y 350 KW de potencia. Con un cargador de 180 KW yo he llegado, con mi vehículo particular, con un 6% de batería a la estación y he alcanzado un 60% de batería en 8 minutos. Con potencias de este tipo es muchísimo más cómodo viajar.

Por lo que podríamos decir ya que la carga del vehículo eléctrico no es la excusa para no invertir en este tipo de movilidad.

No, no, para nada. Actualmente, como te digo, no es ningún problema y nosotros lo que estamos viendo es que la venta de vehículos eléctricos está aumentando cuando la venta de vehículos en general están bajando. Es un claro ejemplo de que el usuario apuesta e invierte en el vehículo eléctrico, porque sabe que hay un cambio de tecnología, sabe que el vehículo de combustión es un vehículo obsoleto y antiguo. Este tipo de vehículo todavía tiene un pequeño sobre coste que se solventa con las subvenciones, pero en los próximos

años se pondrá a los mismos precios que un vehículo de combustión.

“Estamos desplegando una gran red de más de 300 estaciones de carga ultra rápida”

Lo que tenemos que tener en cuenta es que si un coche de combustión sale 20.000 euros y el eléctrico cuesta 30.000 euros, si contamos las ayudas que nos dan, los precios se igualan, en algún modelo puede que tengamos una diferencia de 2.000 - 3.000 euros, pero es que la mayoría de coches que

se venden en España se financian, por lo que vas a tener una cuota mensual que con la compra del coche eléctrico pueden suponer 20 euros más, pero que en el consumo de combustible ahorrarás 50-60 euros en relación a un coche de combustión. De forma que, aunque el número que veas en la oferta sea un tanto más elevado, si valoras lo que sale cada mes de tu cuenta para pagar la cuota del coche y el combustible, el coste es menor en el vehículo eléctrico.

¿Cuáles son, en líneas generales, las sensaciones de los usuarios que acuden a ustedes a cargar sus vehículos?

Nosotros tenemos todo tipo de usuarios. Tenemos mucho usuario particular que utiliza nuestros cargadores en zonas urbanas y cuando viaja, hay algunos usuarios que solo los utilizan cuando viajan, porque tienen cargadores en su domicilio.

Y luego, tenemos otro tipo de usuarios cuya demanda está aumentando y son las empresas. Las empresas que tienen flotas de vehículos están volcándose

en el vehículo eléctrico por la rentabilidad del mismo. Cada vez son más las empresas que nos llaman y nos piden soluciones para flotas.

Asimismo, han desarrollado un Planificador de Rutas, ¿en qué consiste?

Uno de los miedos es dónde cargar el coche al viajar. Como sabemos que no es un problema real, sino un miedo que tiene la gente ante el desconocimiento, hemos desarrollado un Planificador de Rutas en nuestra aplicación móvil. En este planificador tú indicas a dónde quieres ir, qué coche tienes y la batería que tienes, y él te indicará cuál es la ruta más óptima, dónde tienes que parar a cargar, cuánto tiempo tienes que cargar y cuánto te va a costar ese viaje. De tal forma, que antes de salir tienes toda la información necesaria.

¿Hacia dónde se dirige el futuro de la compañía?

El futuro de la compañía está en plena expansión y crecimiento. Actualmente, estamos preparando todo nuestro plan estratégico de crecimiento. Nosotros tenemos dos líneas de negocio muy diferenciadas y claras.

Una de ellas es la infraestructura de carga, vamos a desplegar una de las redes de carga más importantes de España. Queremos ser el referente del usuario. Queremos tener más de 3.000 puntos de carga instalados para el año 2025 y más de 30.000 clientes que utilizan nuestros puntos en nuestra plataforma.

Y la otra gran línea que tenemos es nuestra plataforma. Tenemos una de las mejores plataformas de gestión de puntos de carga del mundo entero, no de España, del mundo entero. Este es un producto que está siendo muy demandado y hacia él se dirigen parte de los esfuerzos de la compañía.



José Peláez: “El aprovechamiento de todos los derivados del olivar genera un aporte y riqueza a nuestro sector de forma indiscutible”

ENTREVISTA

JOSÉ PELÁEZ
CEO DE PELÁEZ RENOVABLES S.L.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Peláez Renovables nace en 2006 con una misión: valorizar los recursos naturales de su tierra, Jaén. ¿De qué manera lo ha hecho?

Desde Peláez Renovables ofertamos la compra de un subproducto a la industria olivarera, lo ponemos en valor a través de un proceso complejo de secado, limpieza y clasificación y lo ofrecemos al mercado energético como biocombustible sólido, con una calidad certificada de alto valor añadido.

¿Cuál es la situación actual de la biomasa?

Por los datos que nos aportan los medios, Europa está haciendo un importante apuesta por el sector de la biomasa para su aprovechamiento con fines térmicos. Está teniendo gran importancia fruto de que nuestros gobernantes se muestran conscientes del importante cambio climático que está sufriendo nuestro planeta, por lo que debemos tener en gran consideración el aprovechamiento de un combustible de origen vegetal que aporta sostenibilidad y que genera empleo y riqueza en ámbitos rurales.

Como usted comenta, tanto los gobernantes como la sociedad está concienciada en el uso de energías limpias, pero, ¿por qué invertir en la biomasa como combustible?

Al invertir en biomasa estamos creando circularidad económica y apoyando a la economía de proximidad. Hay que tener en cuenta que la biomasa debe consumirse de un factor cuanto más cercano a su extensión y valorización, por lo que mayor valor añadido aporta a la economía circular.

Estamos hablando de que concentramos una persecución al respeto medioambiental que a todos nos debe preocupar. Ha pasado a



un segundo plano el no preocuparnos de las emisiones que emitimos al aire, el cual respiramos cada uno de los ciudadanos. Debemos ser conscientes de que al utilizar un biocombustible limpio para su aprovechamiento con fines térmicos estamos colaborando con el bienestar social a nivel global.

¿Cree que si se potenciara de manera efectiva estaríamos hablando de un sector potencial en España?

España es un país muy rico en fuentes y recursos naturales. En Andalucía lideramos con nuestro gran bosque andaluz basado en el olivar, en el cual tenemos más 700 millones

de plantas absorbiendo CO2 en el ciclo de la fotosíntesis. El aprovechamiento de todos los derivados del olivar genera un aporte y riqueza a nuestro sector de forma indiscutible.

“Debemos tener en gran consideración el aprovechamiento de un combustible de origen vegetal que aporta sostenibilidad y que genera empleo y riqueza en ámbitos rurales”

Ustedes dejan constancia de que no cualquier tipo de biomasa es susceptible de ser quemada y generar calor, ¿esto a qué se debe?

Sí, efectivamente. No todo vale para quemar. La biomasa tiene que ser bien gestionada, debe ser tratada, evitando todas aquellas partículas minoritarias que puedan no ser compatibles en una adecuada combustión y, por supuesto, una decantación en el proceso de emisión de gases para que la emisión de partículas sea minoritaria y nula. Esas partículas de emisión son las que no deben convivir en el ámbito medioambiental.

Peláez Renovables apuesta de manera decisiva por la mejora de los procesos a nivel tecnológico, ¿han implementado mejoras en estos últimos años en su compañía?

Sí, por supuesto. Somos la única compañía en Andalucía que hemos innovado y que de un solo producto, mediante un proceso complejo de secado, separación y clasificación, hemos obtenido 5 productos alternativos, poniendo en valor el maravilloso producto del olivar.

¿Con qué proyecto se enfrentan a este 2022?

Tenemos un proyecto que ahora mismo se encuentra en un estado embrionario y que no podemos desvelar por seguridad y confidencialidad, pero es un proyecto muy ambicioso en el que es muy probable que participe nuestra Universidad, que ya va avanzada en un profundo conocimiento del campo, más concretamente en el aprovechamiento del hueso de la aceituna, ya no solamente como biocombustible sólido en nuestra sociedad actual, sino para otros fines medioambientales y de alto poder saludable para la ciudadanía. Estamos hablando de aspectos muy inquietantes que muy próximamente podremos desvelar.





Miguel Torres: “El handicap del autoconsumo es el almacenamiento”



ENTREVISTA

MIGUEL TORRES
DIRECTOR DE ATEPO INGENIERÍA

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Atepo Ingeniería una empresa dedicada a la prestación de servicios de construcción sostenible. Incidiendo en el sector energético, ¿qué soluciones ofrece su compañía?

Atepo tiene una trayectoria muy amplia en la construcción comercial e industrial. Yo, que soy el fundador de Atepo, llevo desde el 2012 haciendo incidencia en el autoconsumo a través de instalaciones fotovoltaicas.

A partir de entonces, venimos desarrollando proyectos de este tipo aparte de los que veníamos haciendo hasta el momento. Hacemos hincapié en que el consumo fotovoltaico, esto que se está viendo hoy en día, nosotros ya veníamos vendiéndolo y proponiéndolo desde mucho antes.

Es decir, que ustedes 10 años atrás ya incidían en la importancia de las energías renovables...

Sí. Por una razón principal, y es que la energía que nos llega a través de las redes de distribución tiene un coste importante y requiere de un esfuerzo más grande aún, cuando realmente el autoconsumo lo que promulga en sí es producir la energía donde se necesita, por lo que es más eficiente y evita estar ampliando las redes de distribución.



¿Está la industria volcada en apostar por las energías renovables?

Nosotros trabajamos en el sector industrial y comercial, intentamos no tocar el residencial. Y sí, está todo el mundo intentando equilibrar sus pérdidas y ganancias.

Los presupuestos en el sector industrial se están desbordando y es verdad que ahora mismo estamos en la tormenta perfecta para el autoconsumo: sube la energía y bajan los costes de los materiales de la fotovoltaica; aunque ahora están volviendo a subir ante la crisis de transporte y de escasez de algunos materiales.

¿Se prevé la existencia de industrias autosuficientes sin dependencia de electricidad exterior?

Podría haberlas ya. El handicap del autoconsumo es el almacenamiento. En el almacenamiento es donde está la clave y la próxima evolución del sector se dirige hacia la acumulación.

Ya existen baterías en el mercado, pero su precio es bastante elevado. No olvidemos que la red de distribución ya tiene sistemas de compensación a base de remotes de agua después de la producción. Cuando hay un excedente se bombea agua hacia un depósito

elevado y cuando se necesita electricidad se invierte el ciclo para generar energía. Realmente es factible, pero hay que hacer que los números salgan, que es lo realmente complicado, sobretodo porque, nos encontramos ante un mercado muy volátil.

Al ser un mercado tan inestable, hoy se puede hacer un estudio para que el retorno de una inversión sea en 7-8 años, pero ante el precio volátil de la energía el retorno de la inversión irá variando con los años según cambia el precio de la misma. Por poner un ejemplo: si calculamos el retorno de una inversión en autoconsumo días atrás, en los que el precio de la energía ha sido muy bajo, evidentemente se nos alargará el retorno de la inversión. Sin embargo, si cogemos el retorno de hoy o mañana que estamos en torno a los 200 euros se acortará bastante el mismo. Estamos en un mercado muy volátil.

En la actualidad, ¿están inmersos en algún proyecto relevante?

Sí. Estamos haciendo varias instalaciones de autoconsumo. En Extremadura hemos terminado una instalación de 400 KW y actualmente en Málaga vamos a iniciar una de 300 KW. En la misma línea, hay otras que estamos esperando para acometerlas en breve.

¿Cómo prevé acabar la compañía este año?

Yo espero mantener el ritmo que teníamos, creciendo algo. El problema con el que nos encontramos es que, aunque seamos pioneros y llevemos mucho tiempo en el sector, en esta situación se está uniendo mucha gente al carro, están cambiando de actividad uniéndose a la nuestra. Han surgido muchas nuevas empresas de energías renovables, especializadas en la instalación de placas fotovoltaicas.



Esperanza Fitz: “Las empresarias y directivas estamos ahí por nuestra valía”

ENTREVISTA

ESPERANZA FITZ
PRESIDENTA DE LA
ASOCIACIÓN DE MUJERES
EMPRESARIAS DE
MEDIOAMBIENTE EN
ANDALUCÍA (ANSEM MAC)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Esperanza Fitz, presidenta de la Asociación de Mujeres Empresarias de Medioambiente en Andalucía. ¿Cuál es el origen y la razón de ser de ANSEM MAC?

ANSEM MAC es una organización empresarial, sin ánimo de lucro, que nace con el objetivo de representar al tejido empresarial andaluz relacionado con el área del medioambiente y de la economía circular, liderado por mujeres.

Nosotras, desde ANSEM MAC, trabajamos para construir nuevos modelos de economía en el que las mujeres empresarias, en base a sus competencias técnicas y sus habilidades interpersonales, ocupen cargos directivos o de gestión y, sobre todo, que dispongan de una representación equilibrada en instituciones, organismos y en otros foros relevantes en los que se debaten cuestiones de interés socioeconómica y empresariales. Todo ello con la finalidad de que las empresas de estas mujeres crezcan y se consoliden en igualdad de oportunidades.

¿Sigue la mujer, por el mero hecho de ser mujer, enfrentándose a retos y problemáticas? ¿Existe aún el denominado techo de cristal?

Sí, por supuesto. Ese techo de cristal existe, últimamente incluso se llama de cemento, pero volvemos a lo mismo, al final, la unión hace la fuerza. Las empresarias y

directivas estamos ahí por nuestra valía y tenemos que reivindicar nuestra posición. Por ello surgen asociaciones como ANSEM MAC, para situarnos y hacer ver nuestro valor, junto con nuestra amplia formación.

En líneas generales, ¿cuáles son las principales problemáticas a las que se enfrenta la asociación?

En la actualidad, ANSEM MAC como tal no es que tenga problemas, porque desde su creación ha sido bien acogida dentro de los distintos organismos, desde la administración hasta las diferentes instituciones. Esto se debe a que nace como algo nuevo, que no existía, que es una representación femenina dentro de un sector muy masculinizado y, sobre todo, que es creada por profesionales.

Los problemas a los que nos enfrentamos en la actualidad vienen relacionados con problemáticas que surgen dentro del sector del medioambiente ante distintas leyes, es ahí donde ANSEM MAC aporta sus objeciones.

Estaba previsto que se celebrara el debate de la Ley de Economía Circular, que se ha visto pospuesto, donde nosotras, desde ANSEM MAC, hacemos nuestras reivindicaciones aportando en el Parlamento distintas alegaciones a esta ley. Es ahí donde tenemos que estar, donde debemos reivindicarnos, tenemos que estar donde van a asentarse las bases legislativas para la transición y ese nuevo modelo de protección ambiental. Ahí es donde debemos estar y donde estamos situadas.

En este sentido, ¿qué peticiones hace ANSEM MAC a la administración?

Las peticiones que hacemos, partiendo de que nos hemos reivindicado con alegaciones a esta nueva ley, atienden a la representación femenina dentro de los distintos sectores, así como que se escuchen nuestras proposiciones. Hoy por hoy sí que podemos decir que se nos escucha, la Junta de Andalucía nos ha reconocido



atendiendo al talento femenino y haciendo hincapié en que la recuperación económica de Andalucía pasa por manos de la mujer.

Justo en plena pandemia nos reunimos en el Palacio de San Telmo con Juanma Moreno, el presidente de la Junta de Andalucía, y Carmen Crespo, Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, 17 mujeres que representábamos los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los que se mostraban los valores y los pilares fundamentales. Éramos mujeres las que estábamos allí y las que hicimos ver, una a una, la valía de nuestros sectores y donde deberíamos estar. El presidente de la Junta de Andalucía se comprometió con nosotras y reconoció el talento femenino que hay en Andalucía. Fue un encuentro muy ameno y supuso un compromiso hacia nosotras y hacia el tejido empresarial femenino.

Usted, personalmente, ¿cómo recuerda sus inicios cuando se adentró como empresaria en un mundo tan masculinizado?

Yo comencé en el sector de la gestión de residuos peligrosos y no peligrosos, un sector muy masculinizado, hace 30 años. En mis empresas he aprendido que, como mujer, siempre tienes que ir demostrando más que los hombres.

Yo siempre digo que en mi em-

presa no hay nadie que haga algo que yo no haya hecho antes. Por desgracia, es así como te vas ganando la valía, porque si fuese un hombre no tendría que demostrar tanto. Cierto es que en el sector en el que me muevo, después de tantos años, me he ganado el sitio que hoy por hoy represento, pero con mucha lucha y trabajo.



El presidente de la Junta de Andalucía se comprometió con nosotras y reconoció el talento femenino que hay en Andalucía

¿Qué mensaje lanzaría a la mujer profesional de la actualidad?

Ahora mismo el mensaje que lanzamos nosotras es: “no dejar a nadie a atrás”. Desde las distintas organizaciones estamos para ayudar a las mujeres y no porque no tengan valía por sí mismas, al contrario, sino porque desde ANSEM MAC lo que queremos es que exista una unión dentro de nosotras, al final la unión hace la fuerza.

Nuestros pilares y nuestros valores como mujeres tenemos que manifestarlos. Estamos en un tejido empresarial muy amplio que la mujer se ha ganado y que ha luchado y, finalmente, lo que queremos es colocar a la mujer en sitios de poder para que podamos abrirnos más camino.

¿En qué proyectos está trabajando ANSEM MAC?

Dentro de los proyectos que vamos a llevar a cabo, uno muy importante es la creación de la Comisión empresa y universidad, donde queremos contribuir a la mejora de la relación Universidad-Empresa, con el objetivo de fortalecer la conocida como tercera misión universitaria, es decir, la transferencia de los resultados del conocimiento y de la investigación universitaria a la sociedad y su puesta en valor en la empresa, en materia de sostenibili-

dad, medio ambiente, eficiencia, residuos, energía...

Desde nuestro nacimiento trabajamos con distintas universidades en proyectos de emprendimiento, siendo fundamental transferir los resultados de los mismos a las empresas y, tras estos 5 años y los buenos resultados obtenidos, llega el momento de crear esta comisión.

Otros proyectos que hemos puesto en marcha para poner en primera línea el talento femenino, apoyando empresarialmente a las mujeres rurales y a las más jóvenes, han sido: los programas educativos como Planeta Vivo, con el fin de visibilizar la aportación de las mujeres en materia de medio ambiente y en la lucha contra el cambio climático; y la promoción del emprendimiento femenino en materia eco, con proyectos como AUREA, en colaboración con la Universidad de Sevilla.

Asimismo, con la celebración de los Premios Circulares ANSEM MAC pusimos en valor las buenas prácticas en el ámbito de la capacitación y el fomento circular. Y, por supuesto, he de destacar la labor de concienciación, activación y dinamización que el tejido empresarial femenino, y más concretamente nuestras delegadas territoriales, ha fomentado en torno a temáticas medio ambientales en toda Andalucía.



ENTREVISTA

FRANCISCO MUÑOZ
CEO DE INTECBIO, INSTALACIONES
TÉCNICAS DE BIOMASA

Francisco Muñoz: “La industria, sobre todo la agroindustria, está apostando por la biomasa, porque es muy rentable”

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Intecbio, una compañía que apuesta por la biomasa como combustible del futuro. ¿Por qué la biomasa y no otra fuente de energía renovable?

La biomasa es una fuente de energía presente y no es que se trate de la biomasa y no otras energías renovables. Cuando hablamos de las energías renovables hablamos en plural porque, efectivamente, tenemos que tender a complementarlas. Tenemos a nuestra disposición la energía solar y la energía eólica, y la biomasa es una energía renovable que lo que hace es complementar o apoyar para cubrir todas las necesidades energéticas que necesitamos.

Sí que es cierto que nosotros apostamos por la biomasa porque hay dos aspectos importantes en torno a ella. Uno es que permite poner en valor elementos que de otra manera podrían ser residuos o subproductos que no se pueden aprovechar, como el hueso de aceituna o la cáscara de los frutos secos. Y, por otra parte, porque es un elemento que, dentro de la economía circular, permite aprovechar esos subproductos y contribuir al desarrollo de una economía en el entorno rural con mucha más capilaridad, muchos más productores, la gente interviene en el suministro de esos combustibles y permite dinamizar mucho más la economía en entornos en los que cada vez es más difícil.

Enfocan su línea de trabajo a la fabricación de equipos térmicos de biomasa, tanto industriales como domésticos. Háblenos de ellos.

Efectivamente, nosotros siempre hablamos de dos líneas, una línea doméstica y otra industrial.

En la parte doméstica tenemos desde estufas de pellets hasta calderas de pellets y huesos de aceituna. Son equipos orientados a pequeñas instalaciones en las que priman equipos compactos, con un tamaño más contenido. Son soluciones de almacenamiento en las que la reposición del combustible se suele realizar con una frecuencia menor, tanto por el espacio como por el consumo. La cantidad necesaria para su funcionamiento es más pequeña, por lo que el combustible se añade en suministros mensuales o cada dos meses.

En el entorno industrial ya hablamos de equipos enfocados a procesos de producción, equipos donde la exigencia de uso es mayor. En una vivienda podemos tener la calefacción puesta, pero el equipo no está funcionando las 24 horas, tiene periodos de parada y descanso. En la industria hay equipos que deben estar funcionando 24 horas los 7 días de la semana, la necesidad del consumo de combustible es mayor, porque es mucho más grande y precisan de atender a unos procesos y no pueden quedarse sin combustible. Hablamos de suministros a granel,



con camiones de gran tonelaje, con procesos de suministro más recurrentes. Son proyectos, cuya forma de abordarlos y de acometerlos, varían con respecto a los domésticos, por ese nivel de exigencia, de funcionamiento y de consumo de combustible.

En este sentido, ¿le es rentable a la industria apostar por este combustible?

La industria, sobretudo la agroindustria, está apostando por la biomasa, porque es muy rentable. Le es rentable porque el funcionamiento de los equipos, lo que es su mantenimiento general, supone acciones que se pueden interiorizar, se pueden introducir fácilmente en los procesos de trabajo de la fábrica.

Además, son equipos cuyo combustible, que es la biomasa, tiene unos precios inferior en relación al coste del kilovatio o al coste del gasoil, sin contar con que son precios más estables en el tiempo, lo que permite a las empresas establecer tablas de costes,



teniendo unos costes más controlados.

Asimismo, la industria puede adquirir estos combustibles en sus entornos más cercanos, lo que les permite un proceso de negociación más directo, con varios proveedores y pudiendo firmar contratos con unos precios más estables, lo que redundará en poder tener una mejor cotización que luego se traslada a la cuenta de resultados.

Un usuario particular, ¿cómo y dónde puede adquirir vuestros productos?

Nosotros tenemos una red bastante amplia de distribuidores e instaladores en todo el territorio nacional. Pueden contactar con nosotros a través de nuestra página web o, incluso, buscando en Internet aparecen los distintos distribuidores en función de la zona en la que esté el usuario interesado.

Cualquier persona se puede dirigir a nosotros por si tiene alguna duda o apreciación, para así poder recomendarle u orientarle acerca del producto que le pueda resultar más interesante y derivarlo al comercial e instalador más cercano que le pueda atender.

“Nosotros nos estamos orientando hacia un asesoramiento integral”

Hoy en día, a pesar de que muchas veces con la evolución de las compras por Internet la gente tiende a una compra impersonal e inmediata, limitándose a conocer la información que le aporta el vendedor, nosotros seguimos manteniendo y valorando mucho el trato directo y el hecho de que el cliente pueda contactar con nosotros. Está claro que el cliente tiene la información, pero esa información siempre le va a generar dudas, va a extraer conclusiones que pueden ser correctas o no, y es ahí, donde ese asesoramiento se pone en valor.

¿Hacia dónde se dirige el futuro de Intecbio?

El futuro es complejo, pero nosotros nos estamos orientando hacia un asesoramiento integral. En Intecbio no solo estamos trabajando en la fabricación de equipos de biomasa, sino que estamos incidiendo en aportarles a los clientes soluciones en todo lo relacionado con su consumo energético y sus demandas energéticas. De esta manera, muchas veces no se trata solo de suministrar equipos sino de poder asesorarles, indicarles el funcionamiento y la forma en la que pueden ser más eficientes.



Alonso Salguero: “Para nosotros los residuos no existen, son recursos”

ENTREVISTA

ALONSO SALGUERO
CEO GTA INGENIERÍA Y
MEDIOAMBIENTE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
GTA Ingeniería y Medioambiente, ¿bajo qué necesidad surge la compañía?

GTA Ingeniería y Medioambiente surgió hace 20 años, cuando todavía el cuidado y la preservación del medio ambiente en España y en Andalucía estaba en sus inicios. De hecho, la primera ley de medio ambiente que hubo en Andalucía se aprobó en 1994.

Arrancamos con la idea de aportar valor añadido a nuestros clientes dando la visión integral a sus productos y servicios bajo criterios de sostenibilidad. En ese arranque, todavía el concepto de medio ambiente no estaba inculcado en la sociedad y en las empresas, como está ocurriendo en los últimos años. Fuimos pioneros en esta transición. Nosotros lo que hacíamos era aprovechar la ingeniería tradicional aportando siempre criterios de sostenibilidad y el valor ambiental inexistente en esos tiempos.

En la actualidad, estamos com-

prometidos con los ODS de la Agenda 2030, los clientes buscan otro tipo de valor, no quieren que el criterio verde sea una capa de pintura, sino que, por el contrario, quieren que sus proveedores o los productos que adquieren tengan un alma sostenible. Y así empezamos nosotros, intentando inculcar este cambio y, a día de hoy, hay muchos como nosotros que han conseguido que la gente vaya adquiriendo concienciación.

Sin duda alguna, esa concienciación medioambiental de la que habla está más presente que nunca y cabe destacar que, como usted comentaba, se han sumado al Pacto Mundial de Naciones Unidas...

Sí. Nosotros llevamos muchos años con nuestros propios criterios, con nuestra memoria de sostenibilidad. Consideramos que llevamos mucho tiempo aportando nuestro granito de arena para crear un mundo mejor desde el punto de vista ambiental, desde la lucha contra el cambio climático hasta las desigualdades, tanto sociales como ambientales, porque al final el cambio climático deriva en desigualdades sociales a causa de los problemas medioambientales que están surgiendo.

Este año hemos querido dar ese salto y, aunque lo realizábamos anteriormente de manera interna, lo hemos querido hacer público adhiriéndonos al pacto de Naciones Unidas.

Ofrecen servicios de Ingeniería Ambiental apoyados en las últimas herramientas tecnológicas, ¿de qué tipo de herramientas estamos hablando?

Nosotros estamos continuamente innovando y buscando nuevas soluciones, dado que el sector ambiental en los últimos años ha ido evolucionando tan rápido que tenemos que intentar adelantarnos a esos cambios que se generan y, por supuesto, las nuevas tecnologías son fundamentales en este proceso.



Como ejemplo, en los últimos años hemos estado trabajando con la Confederación Hidrográfica del Guadiana en torno a un problema regional que teníamos con una especie invasora -el camalote- que tenía alrededor de 140 km del río cubiertos. El seguimiento de esta planta era complejo dada la longitud que abarcaba, por lo que desarrollamos una serie de aplicaciones y con imágenes de satélites y sistemas de teledetección conseguimos monitorizar en tiempo real todo el seguimiento de los trabajos de control y erradicación de esa planta. Ha sido una herramienta básica para poder controlar la invasión de esa especie que ahora mismo está bastante más controlada y que generaba unos costes de unos 10 millones de euros al año. El hecho de tener este tipo de tecnología y de tener mucha gente trabajando en diferentes kilómetros, teniendo esa información en tiempo real ha permitido reducir muchísimo los costes de gestión de este problema.

En la misma línea, trabajamos en la contaminación atmosférica, la contaminación de agua, estamos con tecnologías de sensorización intentando controlar o parametrizar los factores ambientales que puedan generar problemas de contaminación o algún tipo de riesgo para la salud, para poder regularlos lo antes posible.

¿Qué proyectos tienen previstos para este 2022?

Ahora tenemos proyectos muy interesantes en diferentes ámbitos. Uno de ellos, por el que estamos

apostando desde hace bastantes años, viene relacionado con la economía circular. Nosotros consideramos que los residuos no existen, al contrario, los entendemos como recursos valorizables y lo que hay que hacer es aprovecharlos. Estamos inmersos en un proyecto con un Consorcio de Empresas Americanas -por temas de confidencialidad no podemos dar los datos- apostando por la valorización de residuos plásticos para producción de combustibles, y que esos residuos que en la actualidad se destinan a un vertedero tengan una nueva vida.

En la misma línea, estamos trabajando en Castilla La Mancha en el desarrollo de un proyecto para producción de biogas renovable a través de los residuos que se recogen en los domicilios, produciendo energía con los mismos.

Y, vinculado a energías renovables, estamos trabajando en un proyecto bastante interesante de generación de hidrógeno verde, a través de otras fuentes de energías renovables, como puede ser la fotovoltaica, biogas y biomasa, y reutilizando agua procedente de otros usos industriales.

¿Cuáles son los hitos más importantes conseguidos hasta la fecha por GTA Ingeniería y Medioambiente?

Es una pregunta complicada. La verdad es que uno de los hitos de nuestra empresa es llevar 20 años en el mercado y haber crecido continuamente, incorporando personal con mayores capacidades y seguir desarrollando proyectos cada vez más complejos.

Nosotros empezamos muy humildemente a trabajar en el sector y nunca nos hemos planteado hitos que tuviéramos que alcanzar, pero sí es cierto que hemos logrado tener oficinas en Mérida, Huelva, Sevilla, trabajamos a nivel nacional, hemos hecho proyectos internacionales, somos referentes en nuestro sector a nivel andaluz e, incluso, a nivel nacional. No ha sido un reto, ni un objetivo, simplemente es lo que ha ido llegando gracias al esfuerzo de todos los trabajadores que conforman GTA.





ENTREVISTA

PEDRO MAYORGA
CEO DE ENEROCEAN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

EnerOcean es la empresa española más antigua dedicada exclusivamente a la ingeniería de energías marinas. ¿Cuándo comenzó su actividad y con qué objetivo?

La empresa EnerOcean surgió como idea de dos tecnólogos en el año 2006. Dos tecnólogos, uno noruego y otro español, que vimos la oportunidad de estudiar cómo explotar las energías marinas en España. A partir de ahí, dimos los pasos propios para la constitución de una empresa que, finalmente, se constituyó en julio de 2007.

Nuestro objetivo inicial era localizar la mejor tecnología para cada ubicación y recurso. Consiguientemente, comenzamos a colaborar en temas que pudieran hacer rentable este tipo de tecnologías, especialmente estudios de mantenimiento y técnicas de monitorización y, en el 2009, comenzamos a colaborar con una empresa que tenía una idea de explotación de energía eólica. Una colaboración con la que comenzamos a desarrollar nuestro propio producto, el W2Power.

Hablemos del sector, porque usted me comenta que comenzaron en el 2006 y, desde entonces hasta la actualidad, han pasado más de 10 años de intenso desarrollo económico y tecnológico. Desde su punto de vista, ¿qué evolución han tenido las energías marinas?

La energía del mar tiene un potencial muy grande, lo que pasa es que vivió una crisis económica que afectó mucho al estudio de las posibles líneas que se podían desarrollar. Pasamos de un concepto en el que cualquier renovable podía ser interesante a una época en la que encontrar las tecnologías que puedan ser competitivas con el suministro de energía es fundamental.

Ha habido un gran desarrollo del resto de renovables -fotovoltaica, eólica en tierra- y se han convertido a día de hoy en la forma más rentable de producir energía. Es por ello que las energías del mar tendrán desarrollo mientras tengan sentido técnico y económico. Ese es el gran cambio que hemos vivido en este tiempo.

La eólica marina en aguas poco profundas se ha estudiado en el mar del norte y todos nos vamos a beneficiar del desarrollo producido, pero para que países como España, que tiene muchísimo potencial pero que no tiene las condiciones con las que cuenta el mar del norte, puedan beneficiarse de estas tecnologías tenemos que buscar tecnologías adecuadas para nuestras circunstancias y ahí es donde la eólica flotante marca la diferencia. La eólica flotante va a convertir la explotación del recurso energético marino en un hecho realizable y posible en cualquier lugar del mundo.

¿Tienen las energías renovables el suficiente peso dentro del sector económico español de cara a convertirse en un sector potencial?

España ya es una potencia en eólica marina flotante en cuanto a innovación, investigación y fabricación, pero nos falta la experiencia propia de explotación en el territorio nacional.



Pedro Mayorga: “Las energías del mar tendrán desarrollo mientras tengan sentido técnico y económico”

En España se unen tecnólogos que hemos sido líderes a nivel mundial en el desarrollo de energía eólica flotante, tenemos centros de investigación y de ensayos que son punteros a nivel mundial y cuando se habla de eólica flotante resulta que la mayor parte de las instalaciones que se han instalado en el mundo se han fabricado en España.

Tenemos un sector industrial muy potente, ¿qué nos falta? Nos falta ser capaces de ganar experiencia en la instalación y operación en el territorio que nos permita mantener esta posición, si no corremos el riesgo de

perder esa posición de liderazgo que no está consolidada, porque es un sector nuevo. Si nos asentamos podemos mantenernos como líderes y beneficiar a la sociedad.

En este sentido, ¿en qué recae el problema de la evolución potencial del sector?

Nos falta tener experiencia en la operación. Ya hemos demostrado capacidad como país, si el sector mejora hará falta formar a mucho personal técnico que va a tener trabajo de calidad, pero para eso necesitamos que haya instalaciones. Una vez haya parques



“La eólica flotante va a convertir la explotación del recurso energético marino en un hecho realizable y posible en cualquier lugar del mundo”

necesitaremos formar gente. Es una espiral, si somos competitivos, ganaremos más contratos, si ganamos más contratos, necesitaremos a más personal formado.

Bajo vuestra visión, ¿cuáles son las zonas con mayor potencial en España para este tipo de sector?

En España existen como recurso energético 4 zonas fundamentales. La costa de Galicia que se extiende hasta el Cantábrico; el Golfo de Rosas al norte del Mediterráneo; la conexión del Estrecho de Gibraltar y las Islas Canarias. Son los 4 puntos que tienen recursos energéticos de primer orden mundial. A ello se unen las capacidades industriales ubicadas muy cerca de estas zonas.

Nosotros tenemos una amplia visión internacional, aunque trabajando desde Andalucía percibimos el interés en Canarias como zona de arranque en el desarrollo del sector desde hace mucho tiempo, llevamos trabajando desde el 2012 en Canarias y ahora mismo tenemos sede en Andalucía y Canarias.

EnerOcean se convirtió desde 2012 en el desarrollador líder de W2Power. Explíquenos en qué consiste este sistema.

Es un sistema de energía patentado en el año 2009. Consiste en situar sobre una plataforma que se alinea con el viento dos aerogeneradores que se ubican fuera del triángulo de la base del flotador que los sustenta. Con esta solución, que parece sencilla, se consigue desacoplar el tamaño del flotador de la distancia de los aerogeneradores y se mejora el rendimiento, la fiabilidad y se logra una disminución del coste de la energía producida a través de distintas soluciones tecnológicas.

Esta idea surgió en el 2009, pero hemos trabajado en mejorarla, desarrollando innovaciones sobre la idea original demostradas en mar abierto en el año 2019.

Inciendo en este sistema innovador, ¿han sido satisfactorios los resultados?

Estamos muy contentos con los resultados de esa prueba que hicimos en el 2019 y, a partir de entonces, nos hemos concentrado en establecer los siguientes pasos: la creación de un primer parque experimental o parques pre-comerciales y la búsqueda de alianzas basadas en la evaluación técnica de los resultados del proyecto. Es una información sensible que hemos compartido con posibles inversores de alto nivel y, gracias a ellos, hace 2 semanas cerramos la inversión con una de las mayores empresas energéticas del mundo: Plenitude (ENI).

¿Cuáles son los proyectos más importantes que se están llevando a cabo en este momento?

Nuestra actividad va a concentrarse en el desarrollo de la obtención de los permisos para los primeros parques experimentales, hemos estado trabajando en la preparación de todos los estudios medioambientales de estos parques, pero estamos esperando, y parece que va a ser inminente, que a nivel nacional se definan los procedimientos que nos van a permitir superar todos los trámites administrativos para poder hacerlo realidad en España.

En paralelo, estamos localizando nuevas oportunidades a nivel mundial y ofreciendo nuestra tecnología para su explotación en otros parques, pero lideramos el desarrollo de estos parques desde España, porque pensamos que para desarrollar una cadena de valor hay que comenzar por su desarrollo en el país de origen.



Juan Pedro Camino: “La subida del combustible fósil ha desembocado en que el biocombustible tenga más salida”

ENTREVISTA

JUAN PEDRO CAMINO
DIRECTOR DE ECOLOMA
BIOCOMBUSTIBLE

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Biocombustibles, una forma de obtener beneficios a partir de los residuos. Desde Ecoloma apuestan de manera íntegra por el sector apelando al alto poder calorífico y el rendimiento del hueso de aceituna y del pellet. ¿Cómo fueron los inicios de la compañía?

Ecoloma se inició, aproximadamente, hace 8 años tomando como base el hueso de aceituna. Comenzamos con una fábrica pequeña de hueso ubicada en Úbeda -Jaén- y, a medida que han pasado los años y ha aumentado la demanda, hemos ido ampliando instalaciones para



poder responder eficazmente a la demanda del consumidor.

Cada día producimos mayor cantidad de hueso procesado, el cual cuenta con una certificación a nivel nacional -el Biomasad A1- que garantiza una calidad mínima de humedad, de residuos y, sobre todo, de poder calorífico.

Los biocombustibles elaborados a partir de residuos se están imponiendo en todo el mundo, y no es de extrañar: ayudan a reducir el uso de com-

bustibles fósiles y, al mismo tiempo, son una fuente de beneficios...

Exactamente. El coste de las energías, la luz, el gas cada día está subiendo más. La subida del combustible fósil ha desembocado en que el biocombustible tenga más salida. Gente que tenía calefacción de gas natural o de gasoil han apostado por cambiar al hueso de aceituna o al pellet.

Como usted ha comentado, estamos inmersos en una

época en la que el incremento de los combustibles derivados del petróleo ha hecho mella en la población, favoreciendo el fomento de los biocombustibles, entre otros. ¿Cómo ha sido este año en cuanto a ventas? ¿Ha evolucionado el mercado a favor de los biocombustibles?

Sí. El año pasado ya presenciamos una subida considerable, se preveían subidas del coste de la luz y del gas, pero no esperábamos la subida del gasoil, por lo que en la temporada 20-21 hubo una subida considerable en la demanda de los biocombustibles.

Esta temporada 21-22 ha sido el remate, porque ha habido una demanda bastante considerable, tanto en España como en países externos que también han demandado muchísimo material.

En este sentido, ¿cree usted que pueden los biocombustibles convertirse en una fuente de energía potencial para España? ¿Son el futuro?

Se cree que sí, porque nosotros tenemos muy presente la materia prima que es el hueso de aceituna, sobre todo aquí en Andalucía, porque tenemos mucho cultivo de olivo. Cada día este sector está creciendo más y creemos que puede llegar a ser de primer orden y de los más importantes, porque a la vista está que las reservas de petróleo se están agotando, cada vez hay que alejarse más a buscar material, la luz cada día es más costosa y creemos que el biocombustible, sobre-

todo el hueso, se pondrá a la cabeza en el consumo.

Además, Andalucía podría consolidarse como la locomotora del sector en España por todos los factores con los que cuenta...

Sí. Contando con que en Andalucía tenemos una de las mayores extensiones de cultivo de olivo, puede ser una de las pioneras en el sector de los biocombustibles y creemos que va a estar en uno de los primeros puestos dentro del sector de los biocombustibles como energía.

Bajo su punto de vista, ¿qué es lo que le falta al sector para posicionarse como la primera opción en consumo de combustible?

A parte de tener poco apoyo por parte de la administración para facilitar las ayudas recogidas, falta que la gente se concencie de que es un combustible producido en

España, que es nuestro, que no necesita un transporte externo, que no dependemos de ningún país externo para obtenerlo. Así como que la gente vea que el hueso de aceituna o el pellet estando procesado por una fábrica, porque hoy en día hay mucha gente

que compra el hueso en las almazaras, un hueso que está húmedo, sucio y contamina muchísimo, pasando por un proceso en la fábrica se convierte en biocombustible. La gente tiene que entender que a parte del coste tan bajo que tiene dada su cercanía, no contamina tanto como una combustión de gasoil o de gas natural.

¿Hacia dónde enfocan el futuro de la compañía?

En el último año, Ecoloma Biocombustible ha crecido. En principio teníamos únicamente dos negocios, uno en Úbeda, donde se ubica la fábrica principal, y otro en Granada, donde tenemos una delegación de ventas, y en el último año ha sido adquirida por otro gerente el cual ha desarrollado otros puntos de venta en Sevilla y Cuenca.

El futuro de Ecoloma pasa por crecer lo máximo posible para abastecer a toda la población. Estamos intentando partir España por la mitad: la zona de Cuenca abastecería de Madrid para arriba y la zona de Jaén de Madrid para abajo.

Cada día intentamos crecer más en el mercado nacional e, incluso, este año hemos intentado absorber el mercado internacional. El mercado internacional varía en función del material que haya, si hay poca demanda en España, exportamos fuera. Los países que más están demandando biocombustible son Francia e Italia, a donde ya hemos mandado material. En Italia, por ejemplo, hay hueso de aceituna, pero es de muy baja calidad y no tiene nada que ver con el hueso de Andalucía.





ENTREVISTA

**LUIS TERRÓN
JIMÉNEZ-TUSET**

DIRECTOR DE OPERACIONES
DE GREEN POWER
TECHNOLOGIES,
GPTECH-EKS

Luis Terrón Jiménez-Tuset: “En Green Power Technologies, GPTECH-eks, queremos ser los primeros en llegar al mercado para cada salto tecnológico”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Green Power Technologies, GPTECH-eks, la empresa líder mundial en almacenamiento energético, ¿cuáles son sus principales líneas de trabajo?

La compañía ha ido evolucionando en su posicionamiento desde sus inicios hasta actualmente. No somos solo una empresa de producto, sino que hemos ido girando hacia una empresa que aporta soluciones de alto valor añadido, lo que nos permite implementar integraciones que cumplen con todas las necesidades de nuestros clientes utilizando los últimos avances tecnológicos, y todo esto en un mercado en constante transformación donde la tecnología evoluciona a una velocidad importante y donde existen más empresas que cuentan con mayores recursos que nosotros para posicionarse.

¿Cómo generamos la oportunidad para llegar al mercado? Siendo rápidos flexibles y eficientes. El modelo de negocio de Green Power Technologies GPTECH-eks, apuesta por ser los primeros en llegar al mercado para cada salto tecnológico, valiéndose de un catálogo de productos certificados para su instalación en cualquier punto del mundo y mediante un proyecto de cliente que permita recuperar en el menor tiempo posible la inversión.

En este contexto, podemos decir que trabajamos en soluciones divididas en tres líneas: aplicaciones estándar, donde se atienden demandas de plantas fotovoltaicas con requisitos de conexión complejas, para ello utilizamos nuestro controlador de plantas que aporta un valor añadido y ofrece al cliente garantías de conseguir el COD de la planta; líneas directas de almacenamiento, que dan apoyo a la red eléctrica ante diferentes distorsiones de la red; y nuestra línea de hibridación de renovables con sistemas de almacenamiento, que es la que más destaca en los últimos años y nos permite la operación de estas plantas renovables de forma similar o incluso con mayor flexibilidad que las plantas convencionales de generación.

Cabe citar que batieron récord de facturación en 2021, ¿cuáles son las sensaciones?

Los inicios del 2021 fueron complicados, porque veníamos de un año en el que todos los pro-



yectos se habían retrasado dada la situación de pandemia y, específicamente hablando de España, el tejido empresarial se había resentido muchísimo.

Además de esta situación, la logística en el mundo se complicó, ya que los tiempos de tránsito y los costes de la misma se comienzan a descontrolar. En la misma línea, se comienzan a complicar los mercados de los que procede la materia prima, haciendo que los costes de los equipos y los tiempos de entrega comiencen a crecer de forma desorbitada.

Tomando como base lo que he comentado, el que hayamos podido superar cada uno de los baches y cumplir los objetivos de empresa genera una sensación de orgullo muy gratificante que, una vez más, demuestra que el valor del equipo humano que forma parte de la compañía es lo más importante.

Respecto al hecho de batir un

récord, desde mi punto de vista es algo coyuntural ya que tiene mucho que ver cuándo se firman los proyectos, pero no se puede negar que es un punto más que hace que aumente la ilusión en el proyecto que estamos construyendo.

¿Prevén volver a batirlo en este 2022? ¿Cuáles son sus predicciones?

A pesar de que el mercado de materia prima se ha complicado más que en el 2021, que la logística está aún más descontrolada, junto con los efectos provocados por el conflicto de Ucrania, las predicciones para este año son de llegar al menos a un 90% de los resultados del 2021, pero nuestro feeling es superarlo.

Ante esta mejora en la facturación de la empresa, ¿podríamos afirmar que las energías verdes están en su auge?

El mundo ya hace tiempo que se dio cuenta de que si seguíamos

por la senda que llevábamos el futuro para el ser humano no iba a ser positivo. Lo que ocurría era que las alternativas no estaban maduras, eran de difícil gestión y control y, además, eran más caras que las energías convencionales. Pero, el avance de la tecnología, el desarrollo de los algoritmos de control, la disminución de los costes de la materia prima y el empuje de la opinión pública ha permitido que se empiece a poner todo a favor de que se generen los marcos regulatorios propicios para que el tema económico no prevalezca tanto.

Así que sí. El hecho de que se quiera invertir en hibridar distintos tipos de energía de las denominadas verdes para conseguir que las plantas de energía renovable puedan ser gestionadas y controladas de forma equivalente a las de generación convencional, se ha visto reflejado en la facturación de la empresa.

¿Qué nuevas tecnologías

están surgiendo alrededor del sector?

La mayor integración de las energías renovables en los sistemas eléctricos implica que estas plantas de generación deben tener un comportamiento cada vez más similar al de fuentes convencionales. Por tanto, la transición energética implica que dichas plantas renovables basadas en convertidores de potencia tengan un comportamiento similar a las basadas en generadores síncronos. Esto hace que surja la necesidad de desarrollar técnicas de control de estos convertidores de potencia que emulen el comportamiento de una máquina síncrona, a través de lo que se denomina generación síncrona virtual.

¿Tienen algún proyecto relevante para este 2022?



Las predicciones para este año son de llegar al menos a un 90% de los resultados del 2021

Sí. A tenor de lo que hemos hablado anteriormente y para redes aisladas con problema de estabilidad, el requisito de la generación síncrona virtual que habíamos comentado es totalmente imprescindible, por lo que los proyectos en el archipiélago de Hawai son los más relevantes para el año 2022.



Indalecio Lores: “Somos de Almería y conocemos bien cuáles son sus necesidades y lo especial de nuestra provincia en cuanto a modelo productivo”

ENTREVISTA

INDALECIO LORES RUÍZ
GERENTE DE YNDALO SOLAR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El sol y el aire son dos patrimonios naturales de Andalucía, pero cuando hablamos de Almería estas fuentes de energía se multiplican. ¿En qué punto está el cambio de energías convencionales a energías renovables en esta provincia?

En Almería, aunque de una manera lenta, llevamos más de 20 años instalando sistemas de autoconsumo para diversos usos, pero ha sido en los últimos años cuando se ha incrementado el número de instalaciones en la provincia, tanto en hogares como en empresas y sobre todo para la agricultura e industrias auxiliares donde cada vez hay más interés en instalar en el autoconsumo.

Ustedes dan servicio a los invernaderos que convierten a la provincia de Almería en la gran productora de productos hortofrutícolas de Andalucía. ¿Cómo se aplican las renovables a este tipo de instalaciones?

Estamos prestando especial interés a cubrir las demandas de los agricultores, comercializadoras y servicios auxiliares de la agricultura ofreciendo ofertas de proyectos de autoconsumo personalizados según las necesidades específicas de cada cliente, somos de Almería y conocemos bien cuáles son sus necesidades y lo especial de nuestra provincia en cuanto a modelo productivo.

El gobierno andaluz ha expresado su compromiso con este cambio de modelo energético. ¿Cree que eso se ha traducido en ayudas y subvenciones tanto a las empresas como a los usuarios?

Los incentivos al autoconsumo por parte de la administración andaluza están generando en nuestra región una gran demanda de servicios en nuestro sector, que aparte de ayudar a los ciudadanos a ahorrar en su factura eléctrica, les facilita acortar los plazos de



amortización de las instalaciones. Esta genera empleo y la creación de nuevas empresas.

Con todos los problemas que se han presentado últimamente en el sector energético y que han disparado las facturas ¿Cree que realmente este momento es una oportunidad para las renovables?

“Los incentivos al autoconsumo por parte de la administración andaluza están generando en nuestra región una gran demanda de servicios en nuestro sector”

Es un buen momento principalmente por dos motivos:

Primero, que los precios de la energía se han disparado y todo apunta a que no van a remitir de manera significativa. Y, segundo, porque los incentivos son bastante interesantes y reducen el retorno de la inversión en unos pocos años.

La innovación es fundamental en este sector ¿Cómo han evolucionado los sistemas de producción de energía renovable en estos últimos años y hacia dónde cree que nos dirigimos?

En este sector se está innovando de forma permanente, cada vez podemos ofrecer eficiencias mayores que se traducen en más potencia por costos menores, tenemos mucho por recorrer aun sobre todo en materia de acumulación, esperamos que en un futuro próximo poder disponer de baterías con una relación precio/vatio acumulado cada vez menor, utilizando materias primas más abundantes y asequibles.

La dirección está clara, estas fuentes de energía nos permiten ser independientes, mejorar la huella de carbono en nuestro proceso productivo y la gran satisfacción personal de generar tu propia energía y darte cuenta de que ya no tendrás que seguir pagando por ella y además no contaminas.



Álvaro García Borbolla: “La energía más competitiva y rentable es la renovable”



ENTREVISTA

ÁLVARO GARCÍA BORBOLLA
CEO DE GREEN TIE CAPITAL

M.H. | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Green Tie Capital, una compañía cuyo objetivo pasa por ser líderes en inversiones, desinversiones, gestión y desarrollo para toda la gama de activos sostenibles. ¿Cómo evalúan los últimos años acontecidos?

Nuestro principal negocio es la inversión en desarrollo de infraestructuras de energía

renovable. Estos últimos años, por un lado, han sido positivos, porque ha vuelto una regulación favorable a la inversión de proyectos de energías renovables en España pero, por otro lado, ha sido una situación convulsa causada los diferentes cambios que ha habido en dicha regulación.

Ha habido una avalancha de proyectos en la administración y un interés desorbitado de inversores extranjeros en España en este tipo de activos. Las administraciones se han visto desbordadas y han tenido que hacer diferentes cambios regulatorios.

Han sido años favorables porque ha vuelto la inversión en activos renovables, pero por otro lado, está siendo complicada, porque las administraciones se están viendo desbordadas y han habido cambios en las reglas del juego.

¿De qué manera han condicionado al sector estos cambios en la regulación?

En cualquier tipo de inversión en infraestructuras, y además con carácter internacional, los continuos cambios regulatorios dan incertidumbre y, normalmente, el inversor huye de la incertidumbre. Por lo que independientemente o no de que los cambios hayan podido ser favorables en algunas circunstancias, a nivel general, los continuos cambios no favorecen.

No obstante, sí ha habido cambios que han ayudado a ordenar el sector y han activado la avalancha de inversiones.

Háblenos de la gestión de inversiones en activos sostenibles. ¿En qué se basa?

Los activos sostenibles los entendemos como una actividad que se puede desarrollar

infinitamente sin agotar los recursos. Hoy en día, la palabra sostenible se aplica a aspectos sociales, económicos y de recursos, esta última es la que nosotros le aplicamos.

Nosotros estamos centrados en desarrollar una transición energética con recursos que sean sostenibles como el viento o el sol. Por tanto, la gestión de este tipo de activos de ingeniería necesitan tener unos valores garantizados: que la ingeniería esté bien realizada y que los activos tengan un mantenimiento y una gestión económica de venta de energía adecuados.

¿Por qué debemos invertir en activos sostenibles? ¿Cuáles son sus ventajas?

Tal y como hemos ido agotando los recursos desde el inicio de la Revolución Industrial, es un principio de responsabilidad con nuestros herederos. Pero, de cara al inversor, la ventaja que pudiera tener es que todos los bancos mundiales, multilaterales y toda la financiación se está centrando principalmente en este tipo de activos, lo que hace que haya financiación en este tipo de proyectos de infraestructuras. Para el inversor las energías renovables están dando retornos que ya no son subvencionables y que, además, tienen una financiación favorable.

Anteriormente, las energías renovables si no eran subvencionadas no eran rentables, pero ya eso ha pasado a la historia. La energía más competitiva y rentable en la actualidad es la renovable.

¿Cuál es el procedimiento que su compañía lleva a cabo al invertir en activos sostenibles?

Nosotros lo que hacemos es que buscamos socios que inviertan en infraestructuras, no vamos a colaborar en inversores particulares, ni minoristas, nosotros vamos a diques grandes.

“Anteriormente, las energías renovables si no eran subvencionadas no eran rentables, pero ya eso ha pasado a la historia”

En un proyecto solemos tener a un solo inversor que viene con nosotros de socio para afrontar grandes fondos de infraestructuras. Por lo que suelen ser grandes empresas extranjeras que requieren de una empresa local que conozca muy bien la regulación y la tecnología y que tenga un conocimiento dentro de la cadena de valor del procedimiento.

¿Cuál será el Plan Estratégico de la empresa a corto / medio plazo?

La compañía actualmente tiene un portfolio de 2 gigas de proyectos renovables, ubicados entre Cataluña, Madrid y Andalucía. En nuestro plan estratégico está, de aquí a 2025, poder desarrollar otros 2 gigas de proyectos, no solo en España y Portugal, sino en el resto de Europa.



REDACCIÓN | PILAR FÉLIX
Unos buenos pendientes XL que hagan distinguir nuestro look de cualquier otro, es lo que nos propone Laura Pérez para brillar en un evento. ¿Preocupaciones por el peso? Con Lausett no existen. Sus pendientes están fabricados con metacrilato. Solución logística superada.

La apuesta de esta almeriense de 32 años por construir un proyecto empresarial de genética 100% digital, la ha llevado a ser galardonada en la I Edición de Premios Almería Digital celebrada el pasado 28 de abril en el Teatro Cervantes de Almería, como “compañía con Mejores Redes Sociales”. No obstante, además de su principal canal de venta -la web-, también distribuye sus productos a más de 30 puntos de venta físicos en España gestionados por tiendas multimarca. También están presentes en Italia y Francia.

Laura Pérez arrancó su carrera como emprendedora en la industria de la moda en 2016 “con una inversión inicial de 200€”, hoy día, es toda una empresaria consolidada en el mercado de la joyería artesanal con más de 17 colecciones en

la calle; numerosas colaboraciones con firmas de moda como Claro Couture para la gran pasarela de la moda española, colaboraciones con el cine español para películas como Madres Paralelas de Almodóvar; celebrities de la talla de Paula Echevarría, Hiba Abouk, Rossy de Palma y Ana Milán, también han lucido sus creaciones.

Toda esta actividad producida en la capital almeriense se traduce en más de 50.000 pendientes fabricados y unas ventas anuales que superan cada año la cifra del anterior, “una estrategia de inversión estudiada a fondo” ha sido fundamental para crear una senda financiera sólida y asentada a una empresa que está a punto de dar el salto internacional.

En este sentido, el futuro de la marca pasa por un doble objetivo, seguir alimentando el ritmo de expansión de la compañía: “tenemos entre manos el primer proyecto internacional de Lausett; México acogerá nuestras creaciones en muy poquito tiempo”. E “incorporar en un medio plazo de tiempo a un nuevo director o directora creativa procedente de la Central Saint Martins de Londres”, la escuela de diseño mejor valorada de todo el mundo. Entre sus egresados apa-

Creadores de moda

► **Laura Pérez. Fundadora y directora creativa de LAUSETT**



rece el nombre de grandes diseñadores como Stella McCartney o Alexander McQueen, además de actores como Pierce Brosnan y Antonio Banderas. La fundadora

de la empresa, daría un paso al lado para centrarse en la dirección de la compañía.

“La originalidad y la honestidad son las cualidades más impor-

tantes con las que debe contar la figura del emprendedor”, así como la “ambición por nuevos proyectos” que aporten frescura a la idea embrionaria.

La moda andaluza en cifras

AFILIACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

	Industria textil	Confección prendas de vestir	Industria del cuero y del calzado	Total/Provincia
Almería	146	221	5	372
Cádiz	152	262	3.598	4.012
Córdoba	296	981	45	1.322
Granada	324	492	93	909
Huelva	174	202	292	668
Jaén	823	649	81	1.553
Málaga	556	1.632	33	2.221
Sevilla	668	1.776	145	2.589
TOTAL	3.139	6.215	4.292	13.646

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

REDACCIÓN | PILAR FÉLIX
El número de adscritos a la Seguridad social a 31 de marzo de 2022 para el sector de la Moda en Andalucía es de 13.646, lo que supone un incremento del 4% sobre el último trimestre de 2021. El dato para entonces era de 13.139 afiliaciones.

Haciendo una desagregación de estos datos por segmentos, la con-

fección de prendas de vestir es el que mayor empleabilidad tiene en Andalucía con 6215 afiliaciones, frente a las 3.139 que encontramos en la industria textil y las 4.292 correspondientes a la industria del cuero y del calzado.

Si nos centramos en esta última sección de la CNAE, es muy interesante hacer un análisis diferenciado por provincias. En este sentido, encontramos una notable diferencia entre las afiliaciones con las que

cuenta la provincia de Cádiz y el resto de provincias en la industria del cuero y del calzado. Y es que, la provincia de la tacita de plata, da trabajo al 84% del total afiliaciones que tiene esta industria en toda Andalucía. No es casualidad que la sierra gaditana sea el referente nacional en el sector de la marroquinería. Tienes más detalle en el reportaje que viene a continuación: “Ubriquality, marcando la diferencia”. A consecuencia de lo anterior,

Cádiz se convierte en la provincia con mejores datos de afiliación con un total de 4.012 adscritos, seguida por Sevilla y Málaga con 2.589 y 2.221, respectivamente.

En el lugar opuesto, encontramos a Almería. Esta provincia apenas aporta un 2.7% de afiliaciones al sector de la moda en Andalucía.

Si hacemos una comparativa por sexo del total de inscritos a la Seguridad Social para el sector de

la Moda en nuestra región a 31 de marzo de 2022, encontramos un 17% más de adscripciones para la mujer que para el hombre.

La mayor concentración de empleabilidad de mujeres la encontramos en la sección 14 de la CNAE “Confección de Prendas de Vestir” con un 42% del total de trabajadoras del sector de la moda. En cambio, los hombres, se encuentran repartidos de una manera más proporcional entre los tres segmentos.

CNAE09	Mujeres	Hombres
13. Industria Textil	1.113	2.026
14. Confección de Prendas de Vestir	4.329	1.886
15. Industria del Cuero y del Calzado	2.016	2.276
TOTAL	7.458	6.188

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

Ubriquality, marcando la diferencia

REDACCIÓN | PILAR FÉLIX
Seguro que cada uno de los que estamos leyendo este reportaje hacemos uso de al menos un artículo de piel al día: ya sea de moda, material de oficina para los más clásicos, artículos de hípica para los amantes del caballo o en la tapicería de nuestro coche para los más exclusivos. Todo ello, hace que esta industria tenga un impacto directo sobre la economía del país donde se desarrolla.

LA PIEL EN ANDALUCÍA

En este sentido, en Andalucía contamos con más de 400 negocios vinculados al sector de la piel y para el que trabajan más de 6000 personas. Del total de la producción regional, el 80% se concentra en la sierra gaditana, principalmente, en Ubrique, donde la tradición marroquinera está presente desde el siglo XVII, aunque no será hasta los siglos XVIII y XIX cuando la localidad arraigue fama en el sector gracias a la fabricación de petacas para el tabaco. Hoy día, lo que comenzó siendo un punto local de comercio, es el referente del sector a nivel nacional, exportándose un 75% de los artículos aquí fabricados.

Sigamos con más datos. Del total de la producción ubriqueña, el 20.50% va destinado a marcas de lujo de reconocido prestigio internacional, el 38.10% son artículos de alta

gama o lujo accesible y un 40.66% se trabaja para una demanda de gama media. El casi inapreciable 0.74% de producción restante es low-cost. Estos datos han sido facilitados por MOVEX-Centro Tecnológico de la Piel.

Con esta información, Pepe Montiel, presidente de la Asociación de Empresarios de la Piel de Ubrique (ASOPIEL), nos confirma que “la producción de artículos de piel en Ubrique está destinada en torno a un 90% a la industria de la moda” y, más concretamente, al segmento de gama alta y lujo, suponiendo esto último una ventaja intrínseca para el sector: estabilidad constante. Y es que el lujo, ante cualquier período de crisis económica va a mostrar siempre un comportamiento anticíclico.

De modo que, ante un contexto económico que presenta parámetros tan positivos como estos, automáticamente, se genera una inercia empresarial que adjudica una imagen de marca al municipio imposible de sortear, y es que, ¿caso hay alguien fuera de Andalucía, que desconozca que el mercado de la piel es de Ubrique?

BRANDING A MEDIDA PARA UBRIQUE

No obstante, el marcado carácter aspiracional de los empresarios ubriqueños, hace que quieran ser ellos los que lleven la batuta

de su branding, dirigiendo de forma activa una campaña transversal diseñada por y para Ubrique “dejando atrás el concepto puro de artesanía tradicional donde no hay dos productos iguales, para ser reconocidos como una artesanía de vanguardia, mezclando técnicas de artesanía tradicional con producciones en serie que conllevan, por ejemplo, envejecidos en lavadoras industriales”. Así nos lo traslada Javier Gallego, Gerente de MOVEX. “Clientes como Palomo Spain y la marca sevillana de bolsos de lujo OneSixOne, ya apli-



Pepe Montiel. Presidente de la ASOPIEL.

can este fusionado de técnicas en los talleres de Ubrique, para dar lugar a productos exclusivos.”

UBRIQUALITY

Como respuesta a esta demanda del tejido empresarial, el pasado 30 de marzo se presentó: Ubriquality (UQ). Un proyecto promovido de manera conjunta por la Fundación del Centro Tecnológico de la Piel MOVEX, ASOPIEL y la Escuela de Artesanos de la Piel, cuyo liderazgo está siendo ostentado por el Ayuntamiento de Ubrique como nexo de unión y representación de todos los sectores.

Y es que, además del sector de la piel, existe una lista de compañías turísticas, hosteleras y comerciales, que intervienen en la cadena de valor entre empresa productora y cliente final. “Cuando un diseñador o marca de moda se acerca al pueblo para contratar un servicio, no solo contacta con el taller interesado, sino también con un hotel donde pernoctar y un restaurante donde comer el día de la visita” nos cuenta Gallego. De esta forma, la marca paraguas UQ pretende “homogeneizar y depurar esa imagen de marca que sale de Ubrique ofreciendo la excelencia en el enclave de producción para el segmento de la moda de gama alta y lujo a través de una experiencia de calidad 360”. Así lo manifiesta Montiel.

Esa homogeneización partirá de la definición de unos estándares de calidad que estarán relacionados directamente con el proceso de producción para el que se creará un manual de buenas prácticas en el que se van a establecer unas pautas a nivel de sostenibilidad, condiciones laborales, gestión empresarial, empleabilidad e internacionalización, que las empresas que quieran formar parte de UQ, tendrán que cumplir. La creación de este manual dependerá de un grupo de trabajo conformado por empresarios del sector de la piel.

Donde también tienen mucho que decir los empresarios es en la formación especializada en la marroquinería de Ubrique que ofrece la Escuela de Artesanos de la Piel: “somos los encargados de formar a la futura cantera del sector en base a las necesidades del centro de trabajo donde finalmente será contratado el alumnado en un 90-95% de los

casos” nos traslada, Juan Enrique Gutiérrez, director de la Escuela, el que también hace saber que, desde su apertura de puertas en 2015, la escuela ha formado a más de 500 alumnos, procedentes no solo de la comarca de la Sierra de Cádiz, sino de toda España y ámbito internacional.

Una vez presentado Ubriquality y cerrado el manual de buenas prácticas lo que queda es poner en marcha una plataforma web y aplicación móvil donde los diseñadores y firmas de moda podrán acceder y localizar el productor industrial que buscan. El gerente de MOVEX nos comunica que “el 30 de junio es la fecha que se prevé para que la web esté operativa.”

“LEATHER CONNECTION, LEATHER RETROFUTURE: TRADICIÓN Y FUTURO DE LA PIEL”

Mirando hacia el futuro, el Centro Tecnológico desarrolla y coordina una nueva iniciativa que da continuidad al proyecto anterior: Leather Connection, Leather Retrofuture: Tradición y futuro de la piel. Bajo este eslogan, los días 2 y 3 de junio se celebrarán unas jornadas en Ubrique con las que se pretende “dar publicidad de una manera disruptiva de todo lo que encierra la marca Ubriquality”, manifiesta Montiel, a través de mesas de debate y análisis, desfiles de moda y la lectura final del Manifiesto de La Piel de Ubrique 2022.

Otra de las metas que tienen estas jornadas, es la de poner en valor el constante proceso de evolución al que está sometido el sector de la piel debido al exigente mundo de la moda: “antes se producían dos colecciones al año, ahora son once” a lo que hay que sumar “la inmediatez con la que se renuevan las tendencias en los materiales, códigos de color, acabados y contenido en las redes sociales”, así nos informa el director de MOVEX.

En esta rutina evolutiva, Gutiérrez nos traslada la estrecha sinergia que la escuela mantiene con los empresarios de la piel adaptando las titulaciones ofertadas a las nuevas disciplinas y técnicas de trabajo que se requieran en las distintas empresas. El evento está dirigido a diseñadores de moda, estudiantes de Escuelas de Moda, influencers, proveedores de tecnología, materia prima y turistas en general.

BUSCANDO LA DIVERSIFICACIÓN

Como un adelanto de la continuidad de la agenda Ubriquality, el jueves 23 de junio, MOVEX organiza con el apoyo directo de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía un nuevo evento. El foco de este programa lo encontramos en la diversificación.

El presidente de ASOPIEL, Pepe Montiel, nos señala la apuesta cada vez mayor que hacen los talleres por “la aplicación de técnicas y destrezas adquiridas para con el sector del lujo en la moda, a otros sectores” como el interiorismo, el automovilístico, el deportivo y la restauración.



Foto cedida por MOVEX - Centro Tecnológico de la Piel.



Formación en pequeña marroquinería en la Escuela de Artesanos de la Piel de Ubrique.

ENTREVISTA

ROSA IGLESIAS
ASESORA DE IMAGEN
Y FUNDADORA DE EL
ESTILARIO

Rosa Iglesias: “El cambio de temporada pasa por la sostenibilidad”

E REDACCIÓN | PILAR FÉLIX
n la entrevista de hoy, Rosa Iglesias, fundadora de El Estilario - Asesoría de imagen online y presencial, nos dará algunos *tips* que nos ayudarán a gestionar el cambio de armario de una manera sostenible ante un escenario en el que el porcentaje de compras online se ha multiplicado en los últimos años y la tasa de adicción a las compras no para de crecer.

En América lo llaman *buying spree*, juega o frenesí por la compra, y los españoles lo denominamos oniomanía o Trastorno de Compra Compulsiva. Tras más de 22 años como profesional del sector, ¿qué diagnóstico harías del comportamiento de compra de los andaluces?

El hábito de compra de los andaluces guarda ciertos puntos en común con el del resto de españoles, que tras la pandemia han aumentado su tendencia a la compra online y también de prendas de segunda a mano a través de diversas plataformas. Pero en concreto, en el caso de los andaluces, sí destacaría el incremento de compras de forma más compulsiva cuando comienzan a aproximarse tanto la Semana Santa como las fiestas de la primavera. Una necesidad extrema de estrenar más allá de valorar lo que hay en el armario. No son todos, pero sí es la tónica dominante.

¿En qué edades de la población se concentra la mayor tasa de adicción a las compras?, ¿Están relacionadas con algún artículo en concreto?

Entre los 18 y los 30 años se produce un mayor número de compras compulsivas, que disminuyen con la madurez (en la que se prefiere menor cantidad, pero mayor calidad). Más que la compra de un artículo en concreto, es llamativo el hecho de que se compre de forma reiterada y sin valorar el qué ni el cómo en plataformas de moda china. Que por su escaso precio suponen un anzuelo muy goloso para estas franjas de edades en las que no se valora tanto el producto en sí, como el hecho de adquirir tendencias sin mesura.

En los últimos años, la proliferación de compras de moda en Internet se ha multiplicado

hasta llegar a la mayor cifra alcanzada en este sector desde 2014, 14 millones en 2020. ¿Cómo afecta esto a la configuración de nuestros armarios?

El proceso correcto de compra online está todavía siendo asimilado por la mayor parte de sus usuarios. Supone una estupenda alternativa para quienes detestan ir de compras a una tienda física o para quienes no tengan tiempo. Pero exige autoconocimiento y, sobre todo, dominio del armario para evitar caer en compras erróneas que en muchas ocasiones no se devuelven por falta de tiempo. Es una espiral que termina con armarios más llenos de lo necesario y generalmente, con prendas que no se pondrán lo suficiente o nada.

“Esa inmediatez de la compra online elimina el proceso de reflexión inherente a la compra en tienda física. Lo veo, lo compro”

Al hilo de la pregunta anterior, ¿cómo afecta a la economía del consumidor y a nuestro medio ambiente?

La moda, junto con los aparatos electrónicos, encabeza la tendencia de compra online. Esa inmediatez de la compra online elimina el proceso de reflexión inherente a la compra en tienda física. Además, la mayor parte de las apps de compra guardan los datos de pago, por lo que ya no hay barrera ni freno: lo veo, lo compro. Las compras por impulso se disparan y con ello, en términos de armario, tener más de lo necesario y, sobre todo, acumular prendas que jamás nos vamos a poner. Desde el punto de vista de la sostenibilidad es absolutamente negativo porque no se contempla como opción alargar al máximo el ciclo de uso de lo que ya se tiene y,



por el contrario, se compran cosas para después tirarlas.

De 0 a 10. En los próximos años, el sector de la moda cambiará sus estándares: reducirá el número de colecciones anuales presentadas y aumentará la cantidad de materiales orgánicos y reciclados empleados en la producción de prendas de vestir, calzado y accesorios.

Ojalá un 10. Se han hecho algunos conatos este invierno pasado pero el mercado aún no está lo suficientemente maduro para renunciar a tener novedades constantes en tienda ni pagar un plus por prendas más responsables. Así que la realidad será un 5. Los usuarios se han acostumbrado demasiado a la inmediatez, a la rotación continua (no solo en moda: en RRSS continuamente hay contenido nuevo, en tecnología hay novedades periódicamente, en alimentación siempre

hay un producto novedoso...) y es adicto a esa renovación. Además, grandes marcas y superficies han acostumbrado al comprador a que la ropa es barata, dejando de lado factores de responsabilidad social y medioambiental. Por lo que borrar esas costumbres de lo rápido, barato y sencillo... será más complicado y lento.

El movimiento cultural *slow fashion* nos ayuda a los jóvenes a consolidar un nuevo concepto de consumo con más conciencia y valores. ¿Pero qué sucede con las generaciones que nos preceden?

Pasa exactamente igual que con la alimentación. Se necesita concienciar de lo negativo de esa ropa de rápido consumo y precio bajo. Se necesita informar de todo lo que hay detrás del sector. Se necesita formar un nuevo criterio basado en cómo veían la moda nuestras abuelas: tenían menos pero más

duradero, de calidad, polivalente, atemporal. Las RRSS, los medios de comunicación tradicionales, la publicidad, los líderes de opinión, las marcas... necesitan alinearse bajo el mismo mensaje. Y eso es complicado. Confiemos en el largo plazo y en las generaciones venideras.

“Aprender a filtrar: no tenemos que comprar todo lo que vemos. Ni todo lo que se lleva. Ni todo lo que llevan las influencers que seguimos”

Describe el armario sostenible ideal de La Estilaria.

Es responsable, versátil, pequeño y funcional. Con responsable me refiero a que no tiene nada que no se use o no haga falta, además de que, apuesta por menos, pero de calidad (lo cual no quiere decir caro. Pero sí con materiales responsables, confección responsable, etc). Es versátil porque las prendas se adaptan a diferentes situaciones y se mezclan entre sí dando como resultado un buen número de looks. Es pequeño porque no tiene nada en exceso. No hay prendas repetidas ni sin utilizar. Y es funcional porque responde a las necesidades diarias y eventualidades posibles de su dueña. Un armario sostenible empieza por ahí: por no tener nada que no sea necesario y por alargar al máximo el número de usos de cada prenda.

Tips Estilarios para corregir algunos vicios recurrentes en las decisiones de compra.

Jamás salir de compras (físicas u online) sin un objetivo o sin una lista. En mi app de El Estilario hay una sección de Lista de deseos que resulta muy útil para anotar todo lo que nuestro armario necesita y así cumplir las premisas de armario estilario. Mirarse mucho al espejo para conocerse físicamente y acertar con realismo en lo que compremos.

Ser consciente de nuestro presupuesto de compra y aplicarlo pensando siempre en compras duraderas a largo plazo en lugar de caprichos inminentes de tendencia. Aprender a filtrar: no tenemos que comprar todo lo que vemos. Ni todo lo que se lleva. Ni todo lo que llevan las influencers que seguimos. Mirando más nuestro espejo y menos el ajeno, aprenderemos a comprar menos y mucho mejor.

El secreto de influenciar: el "Santo Grial" del marketing digital de moda



de todo aquel que se registra con un *nickname* en Instagram, Facebook o Tiktok, especialmente en lo que a moda se refiere si tomamos como referencia uno de los sectores que más cambios ha experimentado con el fenómeno digital.

La comprensión del algoritmo (y la batalla diaria contra él) engorda las partidas presupuestarias de departamentos de marketing y comunicación con el fin de posicionar con éxito nuestra marca en la llamada red. El dicho de "si no estás en Internet, no existes" se hace más patente que nunca y las nuevas formas de comunicar y trabajar el *branding* en redes pasan por una mezcla perfecta entre creatividad, constancia, cercanía y un buen producto final que materialice en el mundo *offline* todo ese buen hacer volcado, por contrapartida, en el *online*.

El estudio sobre el uso de redes sociales en España con respecto al pasado 2021 arroja, si cabe, más atractivo al mundo digital: 9 de cada 10 españoles son usuarios de redes sociales

y pasan de media 2 horas diarias haciendo uso de ellas. La pandemia del Covid19, además, ha disparado estos números aumentando en 3,3 millones de españoles los que se han sumado a estas plataformas en el último año.

Atraer la atención de esas pantallas a través de las que se refleja nuestro público objetivo centran los esfuerzos de las marcas de moda y pone en marcha un engranaje digital que implica a nuevas figuras en el sector.

La fórmula de los influencers

Hacen las delicias del algoritmo y sus canales son trampolines para una buena estrategia de posicionamiento de marca. La palabra "influencer" se ha incorporado a nuestro vocabulario con la misma rapidez que aumentan sus likes y visualizaciones. Pero, la que pueda parecer la gallina de los huevos de oro, depende siempre de una correcta gestión de dichos perfiles. Y es que la sinergia entre la marca, el *influencer* o creador de contenido y nuestro *target* debe cuidarse con sumo cuidado atendiendo a unos estándares de cercanía, veracidad y similitud con los valores de la marca que compondrán la fórmula perfecta para la éxito.

¿Los derroteros hacia los que avanza esta nueva profesión? Componen una incógnita similar a la del algoritmo pero lo que parece seguro es que la consecución de una correcta campaña de *influencer* pasa principalmente por la localización de un perfil afin, la composición de un buen briefing de ideas y la continuidad en el tiempo para adecuar sus valores a los del producto y la marca en concreto.

Los mediadores del mundo digital

Pero en ese recorrido que el mensaje hace desde el departamento de *branding* hasta el cliente, pasando por las manos de los *content creators*, interactúan diferentes entidades y nuevas profesiones que merecen la pena fichar. Agencias de marketing digital, *paid media* o de gestión de *influencers* le dan forma a todo ese engranaje que abre una nueva puerta a oportunidades de negocio.

Con plataformas como Socialpubli o BInfluencer la clave del éxito no se deja al azar. Entre sus funciones se encuentran las de aportar datos sobre la influencia del perfil a contratar y las características de su audiencia o aportar facilidades para la contratación de sus servicios calculando el coste según su número de seguidores. Toda una ciencia para que, a través de un contenido original que crea un tercero, todos los esfuerzos se traduzcan en beneficios de *branding* y ventas.

El límite es el cielo

Según la Ley de Poiret, y teorizando en estas líneas en materia de moda pura y dura, "todo exceso en una tendencia es signo de su final" pero, lejos de mostrar síntomas de agotamiento, este ecosistema digital del nuevo mundo de la moda formado por *trendsetters*, marcas y consumidores ávidos de nuevo contenido diario goza actualmente de una salud de hierro. ¿Cuál es el siguiente paso?

Los creadores de contenidos son el puente digital entre el producto y el cliente.

OPINIÓN
MARINA
RUBALCABA
PERIODISTA Y CONTENT
MARKETING MANAGER

Si usted ha comenzado a leer este artículo tratando de encontrar una fórmula matemática que le asegure el éxito en redes sociales debe saber que la solución es, posiblemente, uno de los hallazgos más cotizados del mundo moderno. El aumento del *engagement*, la mejora del *awareness* y la consecuente notoriedad en plataformas sociales se han convertido en el "Santo Grial"

Jóvenes emprendedores andaluces

RAFAEL GARRIDO | NICOLÁS PEDRAZA | TARAS SHEMCHUK. MECHANIC GAMES

“Siempre tuvimos el sueño de poder crear nuestro propio estudio de videojuegos”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Mechanic Games es el primer estudio de Diseño y Desarrollo de Videojuegos de Huelva y sus fundadores son tres jóvenes que se conocieron mientras estudiaban en Madrid el Grado Universitario en Diseño y Desarrollo de Videojuegos, dónde ya como alumnos recibieron varios premios por sus proyectos A Helmet to the Head y Suyana.

“Desde que nos conocimos en 2013 siempre tuvimos el sueño de poder crear nuestro



propio estudio de videojuegos y hacer de ello nuestro trabajo. Durante la pandemia, en 2020, comenzamos a trabajar en ese objetivo y, con el apoyo del Instituto Andaluz de la Juventud, CADE Huelva (Andalucía Em-



prende) y FAECTA tuvimos el impulso que nos ayudó a hacerlo realidad”, cuenta Rafael, uno de los tres socios de esta empresa.

“Nos consideramos una empresa muy dinámica y versátil. Tenemos dos líneas de

negocio. En la primera diseñamos y desarrollamos videojuegos y aplicaciones que comercializamos en todo el mundo; y en la segunda vertiente prestamos servicios para otras empresas públicas y privadas. Ejemplos de ello son la Gamificación y los Serious Games en sectores tan dispares como la Educación, la Medicina y el Marketing; la Realidad Virtual y Aumentada; la Visualización Arquitectónica; y la creación de apps y otro tipo de software a medida”, relata este joven onubense.

Mechanic Games ha recibido el Premio a la Mejor Iniciativa Emprendedora por parte de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Huelva, lo que para ellos es “todo un honor, porque nos anima a seguir dando lo mejor de nosotros mismos cada día. Es un orgullo para nosotros que se nos reconozca el mérito de haber sido los primeros en iniciar esta industria en Huelva”. Además de ello, recientemente también recibieron el Premio Andalucía Economía Social al Mejor Proyecto de Nueva Creación, otorgado por la Junta de Andalucía.

“En mi casa siempre se han usado los remedios naturales”

LYDIA BARES LÓPEZ. LABORATORIOS ABBAP PHARMA



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Hace muchos años Lydia Bares y su padre, que es técnico de medio ambiente, consiguieron aliviar el dolor de hemorroides de su abuelo poniéndole en el pecho un trozo de una rama de un árbol. Ese fue, aunque en aquel momento no lo sabía, el principio de los Laboratorios ABBAP Pharma que han sacado al mercado un spray que se puede aplicar en cualquier parte del cuerpo y es totalmente eficaz contra las hemorroides.

“En mi casa siempre se han usado re-



medios naturales y estamos muy familiarizados con las propiedades curativas que tienen las plantas”, relata Lydia que es la fundadora, junto a otras cinco personas, de estos laboratorios que ya tienen la patente en España, en Europa y EEUU, de Abo rectal, un producto cien por cien natural y sostenible, que ha pasado con éxito los ensayos clínicos en humanos y que muy pronto saldrá al mercado.

Su empresa ha sido finalista a nivel mundial de los premios CPhI Pharma en la categoría de sostenibilidad y acaba de recibir el premio de la Asociación de jóvenes empresarios de Cádiz a la Innovación. “Me acordé mucho de mi abuelo cuando me dieron el premio porque el camino ha sido muy duro. Hemos tenido que hacer muchísimos trámites, pero ahora sé que ha valido la pena”, nos cuenta esta joven empresaria, que también es profesora de la Universidad de Cádiz.

GEMA PEDROSA. OBRADOR LA PANADERÍA

“Hemos encontrado la fórmula para hacer mejores panes y tener un mejor horario laboral”



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El obrador La Panadería de Gema y Javi es un lugar a caballo entre lo tradicional y lo vanguardista. Un espacio único en la provincia de Jaén donde podemos encontrar desde bollería tradicional hasta pan ecológico e incluso pastelería francesa. “No hay nadie que haga esto en Jaén”, nos explica Gema, “y nosotros vimos ahí un nicho de mercado y lo hemos aprovechado para posicionarnos”.

Javi y Gema son la cuarta generación de una familia de panaderos. Él empezó a trabajar en el negocio familiar con 17 años. Ella estudio económicas y pero pronto decidió que quería ser empresaria. Entre los dos “le han dado una vuelta al negocio”, en cuanto a la fabricación y también en la fórmula de trabajo. “El proceso de fabricación

es singular, trabajamos durante el día, con una tecnología en frío que nos permite hacer las masas por la mañana y que fermenten durante todo el día. Los panes así son más saludable, más digestivos. No tenemos un horario de panadero normal tenemos mucha más calidad de vida. Este es un sector que tiene muchos problemas para encontrar personal con los horarios tradicionales. Hemos encontrado esta fórmula para tener un horario mejor que nos permita la conciliación familiar”.

Otra de las características de este negocio es su “glutenería” especializada en productos para las personas con intolerancia donde se pueden encontrar hasta cuatro tipos diferentes de panes sin gluten. Por esta apuesta innovadora acaban de recibir el premio a la trayectoria empresarial por parte de la Asociación de jóvenes empresarios de Jaén. Además, se encuentran en el ranking de las 80 mejores panaderías a nivel nacional.





La Fundación Cajasol celebró la Feria de Abril 2022 con su tradicional Recepción Institucional

La Fundación Cajasol ofreció su tradicional recepción institucional en la Caseta de la Entidad en el Real de la Feria de Sevilla, al que han acudido representantes institucionales, políticos, empresarios, así como profesionales del mundo de la cultura, la sociedad, los medios de comunicación y el deporte que colaboran con la Fundación a lo largo del año.

Al acto han asistido, entre otras personalidades, el vicepresidente de la Junta de Andalucía, Juan Marín, acompañado de Inés Arriadas, presidenta de Ciudadanos y diputada en el Congreso; Elías Bendodo, consejero de Presidencia, Administraciones Públicas e Interior; Juan Bravo, consejero de Hacienda y Financiación Europea; Jesús Aguirre, consejero de Salud y Familias; Rogelio Velasco, Consejero de Economía, Co-

nocimiento, Empresas y Universidad; Rocío Blanco, consejera de Empleo; Carmen Crespo, consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible; Patricia del Pozo, consejera de Cultura y Patrimonio Histórico; Rocío Ruiz Domínguez, consejera de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación; Marta Bosquet, presidenta del Parlamento andaluz; Juan Espadas, secretario general del PSOE de Andalucía; Ángeles Ferriz, vi-

cesecretaria general del PSOE de Andalucía; María Eugenia Limón, presidenta de la Diputación de Huelva; Antonio Muñoz, alcalde de Sevilla; Juande Mellado, director general de Canal Sur Radio y Televisión, y Antonio Pulido Gutiérrez, presidente de la Fundación Cajasol.

Asimismo, un nutrido grupo de representantes de las más altas instituciones ha acudido al evento, como el presidente del Tribunal Superior de Justicia de Andalu-

cía, Lorenzo del Río; el general jefe de la Guardia Civil de Andalucía, Alfonso Rodríguez Castillo; el jefe superior de la Policía Nacional de Andalucía Oriental, José Miguel Amaya Tébar; los rectores de la Universidad de Sevilla y la Universidad Pablo de Olavide, Miguel Ángel Castro Arroyo y Francisco Oliva Blázquez, respectivamente.

Una importante representación empresarial, entre la que destacan Joaquín Segovia Alonso, director en el Territorio Sur de Telefónica; Carmen Moreno Martínez, directora de El Corte Inglés en Andalucía; Concha Yoldi, presidenta de Persán; Antonio Gallego, presidente de Migasa, y José Gandía Giner, presidente y fundador de Royal, se ha sumado a la recepción.

Del mundo cultural hemos contado con la presencia de los consagrados artistas María del Monte y Manuel Lombo, con los que la Fundación Cajasol mantiene una estrecha colaboración, al igual que con representantes de entidades como María Jesús Catalá, directora Territorial de CaixaBank en Andalucía Occidental y Extremadura; Francisco Vélez de Luna, presidente del Consejo General de Hermandades y Cofradías de Sevilla, y hermanos mayores de cofradías y hermandades sevillanas que también han estado presentes en el almuerzo.

Antonio Pulido apadrina a los graduados de Ciencias Empresariales de la UPO



El presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido Gutiérrez, ha apadrinado a los alumnos y alumnas graduados del Doble Grado en Finanzas y Contabilidad y Derecho y Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas. Inglés y derecho de la Universidad Pablo de Olavide.

La ceremonia de graduación contró, entre otras autoridades, con Rocío Reinoso, presidenta del Consejo Social de la UPO; Reyes Pérez Alberdi, Vicedecana de Ordenación Docente de Derecho; Juan Jesús Cambra Fierro, Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales; María Serrano Fernández, Decana de la Facultad de Derecho, y Guadalupe Valera Blanes, Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Derecho.

Antonio Pulido ha comenzado su discurso como Padrino agradeciendo tanto a los profesores como al personal de Administración y Servicios de la UPO su «trabajo y esfuerzo», que han permitido que la universidad se haya consolidado «como un referente, no solo en Andalucía, sino a nivel nacional y europeo, en cuanto a su calidad universitaria, siendo la única universidad española con todos sus centros de estudio de grado acreditados por el Consejo de Universidades».

El presidente de la Fundación

Cajasol ha expresado a los alumnos y alumnas su confianza en que han recibido una «muy buena formación en esta universidad pública» y ha señalado la necesidad de mantenerse en un proceso de formación constante, especialmente «en este tiempo que nos ha tocado vivir, pues el ritmo de los cambios y transformaciones es vertiginoso».

Pulido ha subrayado que «salvo excepciones muy contadas, uno recoge el fruto de lo que siembra» y ha aconsejado que «si se pone tenacidad, esfuerzo, honestidad en el trabajo y empatía con quienes nos rodean, sean compañeros, clientes o las empresas a las que se sirva, indefectiblemente irá bien en la vida». Otra importante recomendación que el Padrino de los graduados en la ceremonia de hoy ha destacado ha sido la de «pensarnos a nosotros mismos como profesionales dentro de x años es importante, porque, más allá del esfuerzo diario, nos va a permitir algo fundamental: marcarse objetivos, que me parece imprescindible para un profesional y también para una empresa o institución».

«Fuera de los muros de la universidad esperan a estos alumnos expectativas y problemas; desafíos y tentaciones; ilusiones y seguramente momentos de desánimo, pero también, en este mundo cada vez más abierto, muchísimas oportunidades», ha añadido.

La Fundación Cajasol y el Cabildo Catedral de Córdoba han entregado los Premios Gota a Gota de Pasión correspondientes a la edición de este año en el transcurso de un acto que ha tenido lugar en el Palacio Episcopal.

Estos galardones, producidos por el diario digital La Voz de Córdoba, cuentan con la colaboración del Ayuntamiento cordobés y del diario El Debate, y reconocen la actuación de las hermandades en diversos campos, como la acción social, el mantenimiento del patrimonio, el desarrollo de la estación de penitencia, la comunicación, la obra de arte efímera, la formación y la trayectoria cofrade.

Entre los asistentes al acto han estado el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido; el obispo, Demetrio Fernández; el alcalde de Córdoba, José María Bellido; el deán del Cabildo Catedral, Manuel Pérez Moya, y el delegado del Gobierno de la Junta de Andalucía, Antonio Repullo, entre otros.

Antonio Pulido ha explicado que «esta gala debe ser un homenaje a los premiados y también un homenaje al conjunto del movimiento cofrade cordobés, incluidos sus miles de fieles y seguidores. Por su labor

Premios Gota a Gota de Pasión en Córdoba



diaria de tantas décadas preservando nuestro patrimonio y también por su responsabilidad, compromiso y sacrificio en este momento de crisis que todavía arrastramos».

«Una labor impagable que es de índole social con los más necesitados, cultural y artística y que tiene también, indudablemente, un gran impacto económico. Los mismos campos de actuación en los que opera y destaca la Fundación Cajasol siempre con el ánimo de cumplir con su compromiso histórico con el desarrollo de Córdoba», ha añado

el presidente de la Fundación Cajasol.

En la edición de este año, el premio 'Gota a Gota de Pasión' que reconoce la mejor acción social y caritativa ha recaído en la Hermandad del Huerto por labor ingente en la ayuda a la infancia, de la mano de Cáritas parroquial atendiendo a las familias más vulnerables, colaborando activamente con los Hogares de Nazaret que se ocupan de dar un hogar a muchos niños y niñas, así como un compromiso en la acogida y ayuda a refugiados ucranianos, y

colaborando con diferentes organizaciones que ayuda a los más desfavorecidos.

La Hermandad de la Misericordia, por su parte, ha recibido el premio a la estación de penitencia. El jurado de los premios 'Gota a Gota de Pasión' les ha premiado por la compostura de sus hermanos, la formación armoniosa del cortejo, y su estética general en la calle.

Los altares de cultos de la Hermandad del Santísimo Cristo del Remedio de Ánimas han recibido el galardón a la mejor obra de

arte efímera por los que cada año montan para los diversos cultos de sus titulares, ricos en iconografía y simbolismo.

La Hermandad del Vía Crucis ha recibido el premio en la modalidad de comunicación, por la repercusión nacional e internacional que ha tenido el estreno en la Catedral cordobesa de 'Vía Crucis. El Musical', con motivo del cincuentenario de su fundación y que posteriormente se representó en la Catedral de la Almudena de Madrid.

La Hermandad Universitaria, desde su creación, se ha caracterizado por un intenso programa anual de formación destinado a sus hermanos en el que prima tanto el nivel de los ponentes como de las materias escogidas. Por esta razón han recibido el premio a la Acción Pastoral.

Este año, el premio al impulso artístico ha recaído en la Hermandad del Tránsito por la decisión de restaurar la urna en la sale en procesión su titular cada 15 de agosto, por lo que han recuperado una pieza del patrimonio cofrade cordobés.

Por último, el galardón a la trayectoria de vida cofrade ha recaído en Pilar Carreto, hermana de la Buena Muerte, una cofradía a la que se encuentra vinculada durante toda su vida y a la que sirve de forma permanente y constante.

AGENDA

MAYO - JUNIO

11 Mayo

- AOTEC, Feria de los Operadores Locales y las Telecomunicaciones. FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

13 Mayo

- Salón de la Moto de Málaga (MOMA). FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga
- 7º Congreso de la Sociedad Española de Trasplantes. FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

18 Mayo

- 37 Congreso de la Sociedad Española de Nutrición Clínica y Metabolismo (SENPE). Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada
- El congreso de la periodoncia y la salud bucal. Sociedad Española de Periodoncia y Osteointegración (SEPA). FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

19 Mayo

- Agroseguridad 2022 III Encuentro Internacional de la Seguridad y Salud Ocupacional en el Sector Agrícola y la Industria Alimentaria. IFEJA Palacio de Congresos de Jaén.
- Conferencia Espacial de Andalucía. FIBES Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

25 Mayo

- 36 Congreso Nacional de la Sociedad Española de Radiología Médica (SERAM) y del Colegio Interamericano de Radiología (CIR). FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga
- XXXI Congreso Nacional de Técnicos en Cuidados de Enfermería en Emergencias Sanitarias (TCE y TES). FIBES Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

26 Mayo

- XVIII Congreso Nacional de la Asociación Española de Audiología AEDA. Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada
- CIAO 2022 Congreso Internacional del Olivar y el Aceite de Oliva. IFEJA Palacio de Congresos de Jaén

27 Mayo

- XIII Jornadas del Consejo Escolar de Andalucía bajo el título El Arte de Educar. Auditorio Caja Rural. Granada

1 Junio

- Evenemanget, Gestión de Procesos Empresariales con Process Maker. Hotel AC Málaga Palacio

2 Junio

- XXV Congreso SEIMC (Sociedad española de enfermedades infecciosas y Microbiología clínica. Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada

7 Junio

- AEROSPACE & DEFENSE MEETINGS. FIBES Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

9 Junio

- II Digital Coin & European Financial System Sevilla Summit. FIBES Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

14 Junio

- Digital Business World Congress. FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

15 Junio

- 27th Annual Meeting of the Society for Simulation in Europe. FIBES Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

17 Junio

- Feria de la cachimba. FIBES Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

18 Junio

- 39th IAHR World Congress, 2022 «From Snow to Sea» (International Association for Hydro-Environment Engineering and Research). Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada

20 Junio

- Congreso de la Asociación Europea de Investigación contra el Cáncer. EACR 2022. FIBES Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla

26 Junio

- Conferencia RAR2022 de caucho asfáltico. FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

27 Junio

- XXXVIII Reunión Bienal de la Real Sociedad Española de Química. Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada

30 Junio

- XXII Congreso Nacional de Administradores de Fincas. FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga

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