



Luis Venero (BRUC):
"Andalucía juega un papel protagonista en la tercera revolución industrial: la energética" **P36**



Antonio López (ECOEMBES):
"Los andaluces han interiorizado el hábito del reciclaje en sus hogares" **P37**



Theresa Zabell (RH PRIVÉ): "El lujo y la sostenibilidad pueden ir de la mano" **P38**



Rocío Rodríguez (GTA Ingeniería y Medio Ambiente): "Andalucía tiene todos los ingredientes para convertirse en una región líder en sostenibilidad" **P44**

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

JULIO MMXXV | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES

José Luis Ganivet: "Nuestro plan es fortalecer el posicionamiento internacional" **P34**

ENTREVISTA.

DIRECTOR CORPORATIVO DE EMEA
Y OPERACIONES EXTERNAS



NUEVA ECONOMÍA

Carmen Román.
Socia fundadora de Bio Crisara y Fercrisa Agro SL.
Vicepresidenta de Ecovalia
La importancia de la sostenibilidad empresarial: raíces que nos anclan al futuro **P22**



Curro Rodríguez.
Global CEO Ly Company & Ly Holding Capital.
Autor Del Libro "El Aprendizaje"
La ineptocracia y el colapso del mérito **P23**



Ana Jáuregui Ramírez.
Decana de COGITISE y Vicepresidenta de COGITI
Andalucía es más que sol y playa **P26**



Antonio Pizarro.
Presidente de la Asociación Española para la Defensa del Patrimonio Geológico y Minero
Viajar al corazón de la Tierra: el turismo científico como motor de sostenibilidad **P28**



El Parque Científico y Tecnológico Cartuja pasa a denominarse TechPark **P3**

ESPECIAL DESARROLLO SOSTENIBLE

La Junta publica una novedosa orden de incentivos al comercio exterior y la internacionalización de las pymes andaluzas **P2**



CAEA y la Junta de Andalucía firman un protocolo para impulsar la FP en las empresas del sector comercial **P4**



Córdoba reúne a más de 400 personas en el I Congreso 'Conectando Generaciones' de AJE Andalucía y el IMDEEC **P6**



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Junta de Andalucía ha publicado en el BOJA de 16 de julio las bases reguladoras para la concesión de subvenciones para el desarrollo del comercio exterior y la internacionalización de las pymes en Andalucía, una novedosa línea de incentivos de la Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos, diseñada y gestionada por Andalucía TRADE, que pondrá a disposición de las pymes andaluzas más de 11,5 millones de euros, cofinanciados a través del Programa Andalucía FEDER 2021-2027, para el desarrollo de acciones de promoción exterior hasta fin del marco económico europeo.

El objetivo de este nuevo instrumento es incrementar el número de empresas andaluzas en proceso de internacionalización, mejorar el posicionamiento internacional de las empresas andaluzas que ya son activas en el mercado exterior, diversificar el destino de las exportaciones y la inversión andaluza en el exterior, a través de una estrategia clara y definida, alineando recursos y objetivos.

La orden se aprueba con la intención de potenciar aún más el gran momento que vive el sector exterior de Andalucía que, con los últimos datos disponibles, alcanza un récord en sus exportaciones de 14.636 millones de euros, gracias a un incremento interanual de las ventas del 1,8%, que duplica el de la media de España (0,8%). Igualmente, Andalucía disfruta de un récord en el superávit de su balanza comercial con el exterior, de 816 millones en el cuatrimestre, frente al déficit de 18.982 millones que sufre la media nacional, con una tasa de cobertura del 106%, 19 puntos superior a la española (87%).

Con esta nueva línea de incentivos, el Gobierno andaluz apoya tanto la participación individual de las pymes y autónomos en ferias o exhibiciones no feriales internacionales como en viajes de prospección internacional, en los que se engloban tanto misiones comerciales, encuentros empresariales y agendas de trabajo individuales para empresas en el exterior, con el objetivo de incrementar y consolidar su presencia en los mercados internacionales.

La Junta publica una novedosa orden de incentivos al comercio exterior y la internacionalización de las pymes andaluzas

Ferias, encuentros, misiones y agendas individuales

En concreto, las empresas que quieran participar de manera individual en ferias y otros eventos expositivos de carácter internacional podrán recibir subvenciones para los gastos de viaje del personal de la empresa desde España a la ciudad de celebración de la feria o el evento, así como los gastos de alojamiento y manutención de este personal en el lugar de celebración de la feria o el evento.

Además podrán ver incentivados los gastos de suelo, equipamiento y decoración del stand de la feria, el servicio llave en mano proporcionado por ICEX o las Asociaciones y/o Federaciones de Exportadores reconocidas como entidades colaboradoras por la Secretaría de Estado de Comercio, para la participación en el pabellón de España en las ferias internacionales en que este pabellón exista, así como la entrada o inscripción en el evento y el paquete expositor de la feria o evento internacional incluido con la inscripción o entrada, en los casos en que este sea obligatorio. En relación con los viajes de prospección internacional organizados por la Andalucía TRADE o ICEX, engloban tanto

las misiones comerciales y encuentros empresariales, como las agendas de trabajo individuales. En estos casos, las empresas podrán solicitar incentivos para los gastos del traslado de su personal desde España a la ciudad objeto del viaje de prospección internacional, como el alojamiento y la manutención del personal de la empresa solicitante en el lugar o lugares de celebración de este.

Beneficia a pymes y asociaciones, con agilidad en gestión

En coherencia con el Programa Andalucía FEDER 2021-2027, la línea de apoyo beneficiará a pymes, autónomos y asociaciones empresariales integradas mayoritariamente por pymes, con establecimiento operativo en Andalucía. Las primeras solicitudes podrán presentarse vía telemática tras la publicación de la convocatoria en las próximas semanas, en la que se concretarán cuantías y plazos.

Cabe destacar que con esta orden se da un paso más en la agilización de la tramitación de los incentivos, ya que la solicitud deberá presentarse tras la participación en el evento o en el viaje y deberá ir acompañada de la documentación justificativa, lo que permitirá acortar los tiempos de pago.

Total de 63,5 millones para servicios e incentivos

Este nuevo programa de incentivos forma parte del sistema de apoyo a la internacionalización de la economía andaluza diseñado por el Gobierno andaluz a través de Andalucía TRADE. Entre incentivos y servicios, cuenta con un presupuesto total de 63,45 millones de euros para el marco 21-27, cuyo objetivo es incrementar el número de empresas andaluzas exportadoras, mejorar el posicionamiento internacional de las empresas andaluzas que ya lo son y aumentar la inversión andaluza en el exterior a través de una estrategia clara y definida, alineando recursos y objetivos.

Además de la orden de incentivos, este sistema incluye una serie de servicios que van desde la información de la situación de los mercados de interés, hasta el asesoramiento y acompañamiento en los procesos de internacionalización, la facilitación de la participación en ferias y muestras internacionales con presencia en el stand de Andalucía TRADE y la organización de misiones directas e inversas para facilitar la actividad internacional en nuevos mercados.

Todo ello, con el apoyo en destino de la Red Andalucía TRADE Internacional, que presta servicios en 75 países de los cinco continentes, a través de sus 42 sedes. Supone un apoyo decisivo para la diversificación geográfica de las exportaciones, por lo que esta red se ha incrementado en 12 países en esta legislatura, que son 27 desde 2019, primando las zonas de más crecimiento económico y dificultad de acceso para las pymes: Asia Pacífico, África, América y Oriente medio, a la vez que se consolida Europa.

Sector exportador andaluz consolidado

En 2025 los datos de exportación continúan marcando récords, alcanzando 14.636 millones de euros entre enero y abril, con un incremento del 1,8%, un crecimiento que es más del doble de la media de España (+0,8%). Este crecimiento se debe, en gran parte, a un excelente mes de abril, que se situó como el mejor abril de la historia, con 4.076 millones de euros en ventas y un aumento del 4,8% respecto a abril de 2024, en contraste con la caída del 4,4% registrada en España.

Igualmente, Andalucía disfruta de récord también en el superávit de su balanza comercial con el exterior, que se sitúa en 816 millones de euros a su favor, lo que contrasta con el déficit comercial que sufre el conjunto de España, de 18.982 millones. De esta manera, la tasa de cobertura de Andalucía se sitúa en un 106%, superando en 19 puntos la media española, que se encuentra en el 87%.

El sector exterior confía en Andalucía TRADE

Para apoyar a las empresas en el exterior, en el primer semestre de 2025 Andalucía TRADE ha organizado 803 acciones de internacionalización, que han generado 4.075 participaciones de 1.814 empresas. Baste decir que se han desarrollado 250 Proyectos Individuales en el exterior y 70 misiones comerciales en más de 40 países.

Durante 2024 fueron 2.094 empresas las que participaron en las 1.096 acciones de internacionalización organizadas por Andalucía TRADE, una cifra que equivale a un 36% del total de exportadoras regulares registradas en Andalucía en 2024 (5.889), lo que refleja la confianza del sector exterior en los servicios que el Gobierno andaluz pone a su alcance y la utilidad de los mismos para el desarrollo de su estrategia internacional.

El parque tecnológico de Sevilla crece un 13,7% en 2024 y factura ya 5.513 millones de euros



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Parque Científico y Tecnológico Cartuja que pasa a denominarse Sevilla TechPark, ha incrementado un 13,7% su actividad económica en 2024, alcanzando los 5.513 millones de euros.

El consejero de Universidad, Investigación e Innovación y máximo responsable del parque, José Carlos Gómez Villamandos, ha presidido el acto en el que se ha dado a conocer el informe de evolución del recinto y la actualización de su identidad corporativa, que ha sido presentada a los empresarios del parque.

El consejero ha explicado que la actualización de la imagen responde al objetivo de “consolidar la imagen del parque como un polo de innovación de referencia en el sur de Europa potenciando la atracción de talento, inversión y proyectos de vanguardia”. En ese contexto, ha considerado que “la transformación visual y comunicativa de Sevilla TechPark va a ser fundamental para transmitir la evolución de este espacio hacia un modelo de ciudad inteligente, digitalizada y sostenible, acercándolo e integrándolo más en

la ciudadanía, pero conservando los valores y el legado que ha ido construyendo durante sus más de 30 años de existencia”.

De igual modo, ha incidido en que Sevilla TechPark, de nuevo, vuelve a batir récords en

sus principales registros económicos: número de empresas, empleo directo generado y facturación. Así, cerró el ejercicio pasado con 575 empresas y entidades, lo que supone un 1,4% más, que emplean a 31.667 trabajadores, 2.219

más que el ejercicio anterior, cifra que representa un incremento del 7,2%. La facturación conjunta, de 5.513 millones de euros, equivale, además, a alrededor del 2,56% del PIB andaluz, lo que implica dos décimas por encima de la ratio de 2023; y del 11,12% del PIB de la provincia de Sevilla, frente al 9,95% del año anterior.

Atendiendo a esos datos, el parque sevillano se consolida como líder nacional en facturación y empleo generado. Según los últimos datos hechos públicos por la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE), el conjunto de los 53 enclaves del país –miembros de APTE– facturaron en 2024 un total de 31.576 millones de euros, por lo que Sevilla TechPark representa el 17,45% del total.

En cuanto al dato de empleo, el recinto sevillano aporta el 18,79% del total nacional, que asciende a 168.462 trabajadores.

Peso de las tecnologías avanzadas

El área de tecnologías avanzadas vuelve a ser el ámbito de mayor peso en Sevilla TechPark, con 295 entidades, el 51% del conjunto del parque. Atendiendo a la facturación, este segmento representa el 59% de la actividad económica agregada total, con 3.250 millones, lo que representa un alza del 13,8% en 2024. En cuanto al empleo, este

segmento representa el 52,7% del conjunto del parque, con 19.869 trabajadores.

Dentro de tecnologías avanzadas, en 2024 destaca especialmente el incremento del 25% de los trabajadores de empresas de ingeniería, pasando de 1.382 a 1.729. El sector de telecomunicaciones e informática, no obstante, sigue siendo el más representativo, al liderar las tres magnitudes estudiadas: número de empresas (94), actividad económica (995 M€) y empleo (11.967 personas).

Inversión intensiva en I+D+I

Pero hay otra magnitud en la que Sevilla TechPark destaca aún más: en inversión en I+D+I. Las empresas y entidades instaladas en el recinto destinaron a esta partida un total de 489,4 millones de euros, un 6,17% por encima del registro de 2023. Esta inversión representa una ratio del 8,9% sobre la actividad económica total (de 5.513 millones de euros).

A juicio de Gómez Villamandos, “esta significativa inyección en I+D+I refuerza la capacidad de Sevilla TechPark para liderar la economía del conocimiento en la región”. A nivel nacional, este parámetro ascendió a 2.116,89 millones de euros. Así, el 23,11% de este esfuerzo inversor se produjo en el parque sevillano.

De los 42.170 trabajadores que se dedican, en exclusiva, a actividades de investigación, desarrollo e innovación en empresas ubicadas en parques tecnológicos españoles, el 16,99% lo hacen desde Sevilla, con un total de 7.166.

Radiografía de las empresas

Según el informe de evolución y desarrollo del recinto, la empresa tipo de Sevilla TechPark, dedicada mayoritariamente a los sectores tecnológicos o de investigación, tiene un alto componente innovador. Cuenta con 55 empleados de media y un promedio de actividad económica de 9,6 millones de euros.

En 2024 se incrementó la representatividad de las grandes empresas, que pasó del 21 al 26% del total, superando a las medianas empresas, que se sitúan en el 16%, frente al 19% del ejercicio anterior. Esta radiografía refleja la evolución hacia un tejido más equilibrado, lo que puede interpretarse como una señal de consolidación del ecosistema, con estructuras empresariales cada vez más robustas y con mayor capacidad de generación de empleo.

Es significativo, igualmente, el rejuvenecimiento de las plantillas. Aunque es mayoritario el grupo de edad de entre 30 y 50 años (se sitúa en el 56%, tres puntos por encima del dato del año anterior), sube cinco puntos porcentuales, hasta el 20%, el porcentaje de empleados menores de 30 años. Es decir, uno de cada cinco empleados de entidades de Sevilla TechPark pertenece a este grupo de edad.





Acto de firma del protocolo de colaboración Consejería de Desarrollo Educativo y FP - CAEA. De izquierda a derecha: Miguel Ángel Arauz, delegado Territorial en Sevilla de Desarrollo Educativo, Formación Profesional y de Universidad, Investigación e Innovación; Florentino Santos Porras, secretario general de FP; María del Carmen Castillo Mena, consejera de Desarrollo Educativo y FP; Virginia González Lucena, presidenta de CAEA; Álvaro González Zafra, director general de CAEA; Luis Fernández-Palacios, secretario general de la CEA.

La Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional de la Junta de Andalucía y la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) han firmado un protocolo de colaboración, con el objetivo de impulsar y reforzar el desarrollo de la nueva FP Dual en las empresas del sector de la distribución comercial de gran consumo que operan en Andalucía.

La firma del acuerdo, que tuvo lugar en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía, ha corrido a cargo de la consejera de Desarrollo Educativo y FP, María del Carmen Castillo Mena, y la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, que estuvieron acompañados del secretario general de FP, Florentino Santos Porras, y del director general de CAEA, Álvaro González Zafra.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha asegurado que con la firma del protocolo la Confederación “reafirma el compromiso de sus empresas asociadas con la formación, dado que el sector comercial es muy intensivo en la creación y mantenimiento de puestos de trabajo, en concreto 540.000 personas en Andalucía (el 17% de las personas ocupadas), con un 85% de contratos de carácter indefinido y un 70% de empleo femenino, de los que más

CAEA y la Junta de Andalucía firman un protocolo para impulsar la FP en las empresas del sector comercial

► La consejera, María del Carmen Castillo, ha informado de que estudiantes de las familias profesionales de Administración y Gestión, Comercio y Marketing e Industrias Alimentarias podrán beneficiarse de esta colaboración

de 100.000 empleados corresponden al comercio de alimentación y gran consumo”.

“Uno de los retos más importantes que poseen nuestras empresas en la actualidad es la retención del talento, ser capaces de fidelizar a los trabajadores ofreciéndoles unas buenas condiciones laborales y, en este sentido, el nuevo modelo de Formación Profesional constituye un buen punto de partida para ir adecuando la formación del trabajador a las necesidades reales de cualificación por parte de las empresas”, indicó González Lucena.

Por su parte, la consejera de Desarrollo Educativo y FP, María

del Carmen Castillo, ha destacado que la Formación Profesional es una herramienta clave para responder a los retos de digitalización y sostenibilidad del sector de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía. Además, estas enseñanzas les permiten asegurar una cantera de talento directamente alineada con sus necesidades, contribuyendo a mejorar la productividad de las empresas asociadas y fomentar la innovación.

De esta manera, la consejera ha indicado que el protocolo firmado con CAEA refuerza su compromiso institucional con una FP de calidad y con una estrecha vinculación

al tejido productivo de la región. Así, gracias a este acuerdo, estudiantes de las familias profesionales de Administración y Gestión, Comercio y Marketing e Industrias Alimentarias podrán realizar prácticas en casi 3.500 establecimientos comerciales de toda Andalucía, todos ellos representados por CAEA. “Esa inmersión real en el día a día profesional les ayudará a adquirir competencias técnicas y habilidades blandas, al mismo tiempo que podrán aportar sus conocimientos sobre nuevas tecnologías aplicadas al comercio, tales como la inteligencia artificial, el big data o el comercio electrónico”, ha afirmado.

Igualmente, María del Carmen Castillo ha señalado que, dado que las empresas del sector alimentario y de perfumería están cada vez más comprometidas con modelos de negocio sostenibles, “nuestro alumnado aprenderá también a promover y gestionar prácticas

empresariales responsables y respetuosas con el medio ambiente”.

SOBRE CAEA. La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), fundada en 1989, representa a las empresas mayoristas y minoristas del sector de la distribución comercial de gran consumo en Andalucía, en formato supermercados de proximidad, cash & carry y canal especializado de perfumería. En la actualidad, CAEA está conformada por 24 grupos empresariales, 42.000M€ de volumen de facturación a nivel nacional (11.000M€ en Andalucía), 8.000 establecimientos comerciales (3.500 en Andalucía), 152.000 empleados en España (45.000 en Andalucía), 4.500 pymes comerciales, franquiciados o socios de cooperativas, más de 3 millones de metros cuadrados de superficie comercial y más de 2 millones de metros cuadrados de superficie de almacén y logística.

La Junta elabora un catálogo con los recursos e incentivos que ofrecen los municipios adheridos a la Red Ciudades Industriales para atraer industria

► El objetivo del cuaderno conjunto de ventas es mostrar las fortalezas y las facilidades de las localidades para atraer nueva actividad industrial

La Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Industria, Energía y Minas, ha lanzado el cuaderno de ventas de la Red Ciudades Industriales de Andalucía con información detallada de las ventajas competitivas que ofrecen más de medio centenar de ayuntamientos adheridos a la misma. Se trata de un instrumento de colaboración impulsado por el Gobierno andaluz con los ayuntamientos andaluces para fomentar la actividad industrial y la generación de empleo de calidad en los municipios que forman parte de la Red, y visibilizar aquellos entornos que son más favorables para albergar inversiones industriales en Andalucía.

Este documento reúne información estratégica sobre el suelo disponible para la implantación de proyectos industriales, los incentivos fiscales que ofrece cada municipio y sus ventajas competitivas, con el objetivo de atraer inversiones industriales e impulsar el desarrollo económico en la región al facilitar a potenciales inversores interesados información detallada sobre las fortalezas y oportunidades que presenta Andalucía.

El cuaderno de ventas es “una herramienta fundamental para que las empresas interesadas en instalarse en un determinado territorio puedan consultar cuáles son las fortalezas y las facilidades que un consistorio pone a disposición de los potenciales inversores”, ha explicado el consejero de Industria, Energía y Minas, Jorge Paradela.

Esta herramienta, que es uno de los compromisos que ha adquirido el Gobierno andaluz con los municipios que se adhieren a la Red, ofrece un dossier que permitirá a todas aquellas empresas que tengan interés en implantarse en Andalucía agilizar la toma de decisiones, algo que, en palabras de Jorge Paradela “favorecerá que los distintos municipios se diferencien mostrando con detalle cuáles son sus ventajas competitivas, sus políticas de apoyo y los recursos con los que cuentan en favor de la industria”.

En concreto, el documento que actualmente puede consultarse en la web de la Consejería de Industria, Energía y Minas y que se irá actualizando de forma periódica con la información remitida por los ayuntamientos, cuenta con la información detallada de 56 localidades integrantes de la Red Ciudades Industriales de Andalucía. Así, de Almería hay información sobre ocho municipios (Albox, Benahadux, Gádor, Huércal de Almería, Huércal-Overa, Macael, Purchena y Zurgena) de los 18 adheridos a la Red.

En la provincia de Cádiz se ofrece datos de Bornos, Chiclana de la Frontera, El Puerto de Santa María, Jerez de la Frontera y Ubrique, cinco de los nueve municipios gaditanos que integran la Red.

Córdoba, la provincia con mayor número de municipios adheridos a la Red (34), ofrece información sobre 15 localidades: Añora, Bujalance, Cabra, Encinas Reales, Espiel, La Rambla, Los Blázquez, Montilla, Montoro, Palma del Río, Pedro Abad, Puente Genil, Rute, San Sebastián de los Ballesteros y Villa del Río.

En Granada son siete los municipios que pertenecen a la Red, de los que tres de ellos cuentan con información en el cuaderno de ventas (Baza, Guadix y Motril).

Son cuatro los municipios onubenses adheridos y dos de los que ofrecen datos sobre sus espacios productivos, infraestructuras e incentivos y políticas de apoyo (Hinojos y Huelva).

En la provincia de Jaén son 17 las localidades que pertenecen a la Red, de las cuales 12 ofrecen información en el cuaderno de ventas conjunto (Alcalá la Real, Alcaudete, Andújar, Baeza, Bailén, Frailes, Guarromán, La Carolina, Martos, Peal de Becerro, Siles y Torredonjimeno).

En el caso de Málaga, Antequera, uno de los tres municipios de la provincia adheridos, ofrece su información en el documento de la Red.

Finalmente, 21 localidades sevillanas forman parte de la Red Ciudades Industriales de Andalucía, de las cuales el cuaderno de ventas cuenta con información de



una decena de ellas (Bollullos de la Mitación, Carrión de los Céspedes, Écija, El Cuervo de Sevilla, Las Cabezas de San Juan, Lora del Río, Los Molares, Mairena del Alcor, Osuna y Pilas).

La Red Ciudades Industriales, enmarcada en el Plan de acción CRECE Industria 2021- 2022 para una nueva política industrial en Andalucía, busca favorecer y fomentar la creación y fijación de empresas manufactureras y de servicios industriales en territorio andaluz para generar oportunidades de crecimiento y de generación de empleo de calidad a lo largo de la geografía andaluza.

Es una iniciativa promovida por la Consejería de Industria, Energía y Minas que nace con la vocación de identificar aquellas ciudades andaluzas que están comprometidas con el desarrollo industrial y la atracción de inversiones industriales en el ámbito de la industria extractiva, de la industria manufacturera, de gestión de agua, residuos y descontaminación y de servicios auxiliares y de apoyo a las actividades industriales.

Actualmente son 113 los municipios andaluces adheridos a la Red. Desde su puesta en marcha se han realizado dos encuentros de alto nivel de esta iniciativa. En la primera de ellas se firmó la Declaración de Córdoba, un manifiesto institucional con el que ponen de relieve su vocación de contribuir a crear un marco institucional y social comprometido con la industria y avanzar hacia una industria innovadora, integradora y sosten-

nible en los municipios andaluces. En la segunda cita, que tuvo lugar en Linares, la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Industria, Energía y Minas, se comprometió a certificar el cumplimiento de los compromisos adquiridos con los municipios andaluces que forman parte de la Red Ciudades Industriales de Andalucía, a través de la marca ‘AENOR Compromisos Certificados’.

¿Qué supone pertenecer a la Red Ciudades Industriales de Andalucía?

Los municipios deben ofrecer bonificaciones y ventajas fiscales por el desarrollo de actividades industriales, declaradas de especial interés o utilidad municipal por concurrir circunstancias de fomento de empleo, en las correspondientes ordenanzas reguladoras de los tributos sobre los inmuebles, sobre construcciones, instalaciones y obras, por apertura de establecimientos, desarrollo de actividades económicas o por prestación de servicios urbanísticos u otras asimilables, dirigidas a las empresas o autónomos industriales instalados o que se pretendan instalar en el municipio. Igualmente, estos ayuntamientos deben aspirar a reducir los plazos máximos de tramitación para autorizar proyectos industriales y acompañar a los inversores en este camino, además de evaluar y seguir el estado de los espacios productivos de su competencia.

Por su parte, la Junta reforzará el posicionamiento de los municipios adheridos, para lo que se ha

desarrollado un mapa interactivo donde localizar los espacios productivos y sus infraestructuras, donde se visualiza de forma destacada a estas ciudades, así como el suelo industrial disponible, y que se encuentra disponible en la página del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). Igualmente, el Gobierno andaluz se compromete a respaldar la promoción exterior de los municipios de la Red, reforzando la coordinación con las unidades especializadas en la captación de inversión, y facilitando así el acceso al posible interés de inversores por localizarse en Andalucía.

Se buscará implicar a los consistorios de la Red en el desarrollo de medidas contempladas en los planes de cadena de valor CRECE Industria para fortalecer los ecosistemas industriales en los municipios. Y, en materia de formación, se promoverán acciones que permitan seguir avanzando en la conexión de la oferta educativa y las necesidades formativas ligadas a retos industriales de los municipios.

Además, desde la Consejería de Industria se seguirá impulsando la promoción de una red de técnicos municipales especializados en el desarrollo de los sistemas productivos locales a través de la cual se generen sinergias de trabajo y se compartan recursos, conocimientos, herramientas, buenas prácticas y la aplicación de modelos de colaboración público-privada, entre otras actuaciones, de modo que se gane en cercanía con el sector industrial y sus necesidades.



Autoridades y ponentes del I Congreso 'Conectando Generaciones', organizado en Córdoba por AJE Andalucía junto al Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (Imdeec).

► Ha contado con asistentes de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Extremadura, Comunidad de Madrid y Valencia

Córdoba reúne a más de 400 personas en el I Congreso 'Conectando Generaciones' de AJE Andalucía y el IMDEEC

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Más de 400 empresarios, jóvenes emprendedores, expertos e instituciones de toda España han participado en el I Congreso 'Conectando Generaciones', organizado en Córdoba por AJE Andalucía junto al Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (IMDEEC).

El encuentro, pionero en abordar de manera integral y práctica el reto del relevo generacional empresarial, ha contado con asistentes procedentes no solo de Andalucía sino también de Aragón, Castilla-La Mancha, Extremadura, Comunidad de Madrid y Valencia, reforzando así su dimensión nacional.

Durante la inauguración del congreso, el presidente de AJE Andalucía, Félix Almagro, ha desta-

cado que “el relevo generacional no puede dejarse al azar; exige planificación, formación específica y diálogo intergeneracional. Este evento demuestra que la continuidad de nuestras empresas requiere acciones concretas, estrategia y compromiso colectivo”.

Por su parte, la Teniente de Alcalde de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Córdoba y presidenta del IMDEEC, Blanca Torrent, ha señalado que “asegurar su continuidad de manera rentable es uno de los principales retos a los que se enfrentan las empresas familiares y los negocios en proceso de sucesión. Y en este encuentro, hemos ofrecido estrategias innovadoras para ese relevo, como facilitar los contactos entre empresas en fase de cese de actividad con empre-

dedores interesados para realizar el traspaso entre ellos”.

Dos jornadas de reflexión y acción

La primera jornada ha contado con ponencias destacadas como la ofrecida por José Miguel Caballero, profesor de San Telmo Business School, quien ha presentado un análisis estratégico sobre los retos y oportunidades del relevo generacional en las organizaciones. Además, empresarios referentes como Francisco Ximénez (Ximenez Group), Francisco Bernal (SP Group) y Pilar Molina (La Tarta de la Madre de Cris) han compartido sus experiencias en una mesa redonda que ha aportado casos prácticos y reales.

La segunda jornada se ha centrado en la acción y asesoramiento

directo, incluyendo talleres especializados sobre planificación jurídica, fiscal y financiera impartidos por expertos de LTA Abogados & Economistas. Asimismo, se han celebrado 36 reuniones B2B, en las que empresarios que buscan dar el relevo han podido conectar directamente con jóvenes emprendedores interesados en asumir ese liderazgo, además otras centradas en asesoramiento personalizado en torno a la sucesión en la empresa.

Un reto urgente para la continuidad empresarial

Según datos del Instituto de la Empresa Familiar, en España las empresas familiares suponen el 89% del tejido empresarial privado y generan el 67% del empleo privado. Sin embargo, menos del 30% supera los 25 años de vida, lo que

evidencia la necesidad urgente de planificar adecuadamente el relevo generacional.

“El congreso ha sido un éxito por el inmenso interés que ha despertado y, sobre todo, porque ha permitido conectar generaciones y territorios distintos en torno a un reto que es estratégico para el futuro de nuestras empresas”, ha concluido Félix Almagro durante la clausura del evento.

Sobre AJE Andalucía

La Asociación de Jóvenes Empresarios de Andalucía es una organización sin ánimo de lucro, de ámbito regional y carácter multisectorial cuyo fin principal es el de motivar, orientar y canalizar las iniciativas empresariales de los jóvenes emprendedores andaluces.

Constituida en 1990 como fruto de la unión de las ocho asociaciones provinciales en Andalucía, se encuentra integrada por más de 2.300 jóvenes empresarios y emprendedores de más de 3.200 empresas andaluzas, en su mayoría PYMES regentadas por profesionales menores de 41 años. Para cumplir con su misión, AJE Andalucía impulsa proyectos y programas que contribuyen a la consolidación y crecimiento del tejido empresarial joven en Andalucía, así como a fomentar las vocaciones emprendedoras y la creación de empleo en la región.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El 15 de julio ha quedado abierta la ventanilla para la admisión a trámite de solicitudes del programa de incentivos MOVES III 2025 que cuenta con dos líneas: una, dotada con 40 M€, destinada a respaldar la adquisición de vehículos eléctricos enchufables y de pila de combustible; y otra específica para la implementación de infraestructuras de recarga, que cuenta con un presupuesto de 26,7 M€.

Gestionado por la Agencia Andaluza de la Energía, entidad adscrita a la Consejería de Industria, Energía y Minas, el nuevo programa para impulsar la movilidad sostenible cuenta con un presupuesto de 66,8 millones para ayudas, con los que se estima que podrán atenderse unas 13.700 solicitudes.

Como novedad en esta edición, y a petición de Andalucía y otras comunidades, ya no habrá que aportar los documentos justificativos del gasto y pago realizado por los beneficiarios para inversiones inferiores a 100.000 euros, sin perjuicio de las posteriores actuaciones de comprobación de manera aleatoria. De esta manera, se espera una notable reducción de la carga burocrática en la solicitud de estos incentivos, cuyo modelo de gestión establece la Administración General del Estado.

En cuanto a los importes de las ayudas, estos son los mismos que en la anterior edición de MOVES III. Así, particulares, autónomos, administraciones y empresas tendrán incentivos de hasta 7.000 euros, siempre y cuando se entregue un turismo para achatar con más de 7 años de antigüedad, si adquieren un vehículo eléctrico puro de autonomía extendida o un híbrido enchufable

Abierta la ventanilla para el programa MOVES III

con una autonomía superior a 90 kilómetros. Si no se dispone de un vehículo para achatar, la ayuda se sitúa en 4.500 euros.

En el caso de infraestructuras de recarga, los particulares, autónomos y entidades públicas podrán instalar puntos de recarga con un 70% de ayuda, porcentaje que subirá hasta el 80% si se ubican en municipios de menos de 5.000 habitantes. En el caso de empresas y de aquellas entidades públicas que ejerzan actividad económica, los porcentajes oscilan entre el 20% y el 60%, en función de la potencia de la instalación, ubicación o tamaño de la empresa.

Regulado por el Real Decreto-ley 3/2025, de 1 de abril y financiado por el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), el programa permitirá solicitar la ayuda con efecto retroactivo desde el 1 de enero de 2025 a los ciudadanos y entidades locales que hayan adquirido su vehículo o instalado un punto de recarga a partir de esa fecha.

En el caso de los autónomos, la retroactividad se podrá aplicar si solicitan las ayudas en régimen de minimis, lo que significa que no hayan recibido durante un período de tres ejercicios fiscales más de 300.000 euros en subvenciones por este régimen. En el caso

de pymes, la retroactividad les aplicará únicamente para puntos de recarga, según las últimas indicaciones trasladadas desde el Ministerio.

Todos aquellos interesados en solicitar los incentivos deberán hacerlo a través de empresas adheridas, salvo en el caso de las entidades locales y del sector público que pueden presentarlos por sí mismas, cuyo listado se encuentra en la página web de la Agencia Andaluza de la Energía. Estas empresas, además de proveer de los bienes incentivados y vender los vehículos o instalar los puntos de recarga, se encargan de realizar de manera telemática todos los trámites relacionados con la solicitud, gestión y justificación de las ayudas ante la Agencia en nombre de sus clientes.

Las solicitudes se podrán presentar hasta el 31 de diciembre de 2025 y se atenderán por riguroso orden de presentación hasta que se agote el presupuesto, momento en el cual se habilitaría una lista de reserva provisional supeditada a la posible liberación de presupuesto o la incorporación de nuevos fondos.

Tras la no convalidación en el Congreso de los Diputados de la ampliación de la vigencia de MOVES III anterior, que conllevó el cierre de la ventanilla el pasado 22 de enero,

en Andalucía se quedaron en un limbo las casi 500 solicitudes presentadas durante el mes de enero, correspondiendo el 73% a vehículos, con un importe de ayuda asociado de 2,7 millones de euros. Unas solicitudes que, tras la reclamación presentada por Andalucía al Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, ahora se consideran válidas dentro de MOVES III 2025.

En la anterior edición de MOVES III, hasta el 31 de diciembre de 2024, cerca de 1.600 solicitudes se quedaron en lista de reserva de las ayudas para la adquisición de vehículos eléctricos al agotarse los fondos destinados a esta línea. Para atender el máximo número de peticiones, la Junta de Andalucía solicitó una reprogramación de sus fondos al Estado. Una demanda que se materializó con la publicación, en BOJA el pasado 6 de febrero, de una Resolución de la Agencia Andaluza de la Energía que le ha permitido admitir a trámite el 90% de estas solicitudes. El resto de los expedientes solicitados en 2024 que se hubieran quedado en lista de reserva provisional finalmente no se podrán atender debido a que el Ministerio solo ha permitido financiar las solicitudes presentadas a partir del 1 de enero de 2025.

Cajamar celebra el 50 aniversario de su Estación Experimental 'Las Palmerillas' mirando al futuro



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde, y el director de Sostenibilidad y Desarrollo Agroalimentario de Cajamar, Roberto García Torrente, han reunido a unos 200 profesionales del sector de la agricultura intensiva almeriense en las nuevas instalaciones de la Estación Experimental 'Las Palmerillas' para celebrar el 50 aniversario de su creación en 1975.

Desde su puesta en marcha en 1975, la Estación Experimental 'Las Palmerillas' ha sido la expresión del compromiso de Cajamar con el desarrollo del sector, respaldada por la confianza de miles de agricultores, técnicos, investigadores, estudiantes y directivos de todo el mundo que la visitan cada año para conocer sus ensayos. Concebida inicialmente como el primer espacio para la experimentación agronómica de carácter privado de la provincia, coincidiendo con la expansión de la nueva agricultura de invernadero, sirvió en aquel momento para dar respuesta a la demanda creciente de asesoramiento especializado de los agentes de un nuevo modelo de producción revolucionario. Con el tiempo, la Estación Experimental 'Las Palmerillas' se ha consolidado como un centro tecnológico de referencia provincial, regional, nacional e internacional, especialmente en el ámbito de la horticultura de invernadero en zonas de clima cálido, y se ha caracterizado siempre por el carácter aplicado de sus proyectos y por la relevancia otorgada a las actividades de difusión de

resultados y demostraciones prácticas. La celebración del 50 aniversario también ha sido la ocasión escogida por Cajamar para presentar al público las nuevas instalaciones de la Estación Experimental 'Las Palmerillas', un espacio diseñado siguiendo los estándares internacionales más avanzados en eficiencia y sostenibilidad, con módulos fotovoltaicos para el autoconsumo energético y el máximo aprovechamiento de la luz natural.

El nuevo edificio de dos plantas ocupa más de 1.500 metros cuadrados, de los que aproximadamente 400 se dedican a un laboratorio de biotecnología equipado con todas las herramientas necesarias para ofrecer los mejores servicios especializados en desarrollo de bioproductos, análisis de biomasa, aguas y suelos, tecnología de alimentos y bioeconomía circular. Un nuevo espacio para la cocreación, desde el que los especialistas de la Estación Experimental podrán aportar su experiencia y capacidad en proyectos de investigación aplicada, en colaboración con empresas, centros tecnológicos y universidades de todo el mundo, para contribuir así al desarrollo de una agricultura más eficiente, sostenible y rentable.

Además, las nuevas instalaciones albergan espacios de trabajo para los especialistas en agronomía de Cajamar y los emprendedores de las startups de Cajamar Innova, y un salón de actos con capacidad para 160 personas que en adelante será el epicentro de la labor de transferencia de Cajamar al sector y al conjunto de la sociedad.

Diputación impulsa la empleabilidad entre los jóvenes de la provincia a través de la formación

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Diputación de Almería ha clausurado los Programas de Empleo y Formación en la Residencia Asistida y en el Vivero Provincial, una iniciativa formativa que ha brindado nuevas oportunidades laborales a 30 personas desempleadas de la provincia. Se trata de la última de las acciones que se han impulsado para favorecer la inserción laboral, la empleabilidad y el emprendimiento en la provincia por parte de la Institución Provincial.

Ambos proyectos, cofinanciados por la Diputación de Almería y la Junta de Andalucía, han tenido una duración de 12 meses y han combinado formación teórica con prácticas profesionales en instalaciones provinciales. El alumnado ha obtenido certificados



de profesionalidad en ámbitos con alta demanda, como atención sociosanitaria, producción de semillas y actividades auxiliares en jardinería, mejorando significativamente su empleabilidad.

La Diputación de Almería está impulsando además otros programas de empleo y formación que tienen el objetivo de potenciar la inserción laboral y las competencias profesionales de personas desempleadas y jóvenes en la provincia de Almería.

El Puerto de Almería derriba más de 90 metros de valla en su apertura a la ciudad por levante

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Autoridad Portuaria de Almería (APA) ha consumado un nuevo hito en la apertura del Puerto de Almería a la ciudad, con el derribo de más de 90 metros de vallado que separaban hasta esta jornada las instalaciones portuarias de la Vía Parque en la zona de levante. Aunque la APA lleva inmersa más de dos años en el desarrollo y ejecución del puerto-ciudad, el derribo de este muro simboliza la apuesta clara y decidida de la autoridad portuaria por abrir el puerto a los almerienses; el cumplimiento de un compromiso adquirido por su presidenta, Rosario Soto, desde su llegada a la presiden-

cia y la coordinación interadministrativa e institucional con el Ayuntamiento de Almería, especialmente con la alcaldesa María del Mar Vázquez, para dar respuesta a una demanda de la ciudad como es la integración del puerto.

El derribo de este vallado por levante, donde se procede a la apertura del frente marítimo de la ciudad, permitirá unificar urbanísticamente la entrada al Muelle de Levante y la explanada del Muelle de Ribera I, dos zonas en las que la APA está ejecutando su urbanización y recuperando elementos de patrimonio histórico, como el tinglado, y adecuando la fachada de su edificio administrativo para transformarlo en un referente arquitectónico vanguardista de la ciudad, con una inversión

global que ronda los 8 millones de euros, y que suponen las 2 primeras hectáreas del puerto que la APA abrirá a los ciudadanos en esta Navidad de 2025.

En total, serán 6 hectáreas de suelo portuario las que se integrarán en la ciudad.



'Sabores Almería' consolida su crecimiento internacional en Estados Unidos



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
'Sabores Almería' continúa en la internacionalización de sus empresas con su nueva participación en una de las ferias gastronómicas más importantes del mundo: la Summer Fancy Food de Nueva York. En este gran evento, el más destacado del sector de toda Norteamérica, 'Sabores Almería' ha participado representada por seis de sus empresas que muestran en los Estados Unidos la excelencia de su propuesta agroalimentaria con el inconfundible sello de calidad almeriense.

Con un espacio expositivo propio en el Jacob K. Javits Convention Center de 'La gran manzana', 'Sabores Almería' ha expuesto junto a ICEX gracias al acuerdo alcanzado entre la Diputación Provincial y la Cámara de Comercio para potenciar el salto internacional de la marca gourmet de la pro-

vincia. Las empresas almerienses que han participado en la 69 edición de la Summer Fancy Food de Nueva York son: Lorusso, Industrias Cármicas Diego Molina, OleoAlmanzora, Luxeapers, Miel Sierra Filabres y Aceite Campos de Uleila.

La participación en la Summer Fancy Food de Nueva York se suma al repertorio de grandes ciudades internacionales, referentes para el sector gastronómico mundial, en las que 'Sabores Almería' ha dejado su impronta este año junto a las ferias de Dubái, Tokio, Nuremberg, Lyon o en la Exposición Universal de Osaka, junto a otras misiones comerciales que quedan aún por celebrarse. Este año también 'Sabores Almería' ha visto dos de sus más grandes proyectos hechos realidad: la apertura de su tienda física en el Paseo de Almería, nº 34, y la puesta en marcha de su tienda online: <https://saboresalmeria.store/>

La provincia de Cádiz refuerza su imagen como “destino turístico inclusivo” con la adhesión de la Diputación a la REDD



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Almodena Martínez y Germán Beardo explican los detalles de la incorporación del Patronato de Turismo a la Red Española de Destinos por la Diversidad.

“Nuestra provincia es una de las mejores y de las más valoradas como destino turístico de España y al entrar en la REDD certificamos que lo somos también como destino inclusivo y comprometido con la diversidad”. Con estas palabras ha resumido la presidenta de la Diputación, Almodena Martínez, el significado de la adhesión del Patronato Provincial de Turismo a la Red Española de Destinos por la Diversidad (REDD), una iniciativa de la consultora JN Global Project que promueve el turismo inclusivo y sostenible en España enfocándose, especialmente, en la comunidad LGTBI+.

La REDD une destinos, instituciones públicas y empresas para crear entornos abiertos, seguros y accesibles, de modo que la inclusión se transforma en una “ventaja competitiva”. Eso proporcionará a la provincia “mayor visibilidad”, tanto en las plataformas digitales de la propia red como en las ferias y eventos internacionales, ha asegurado la presidenta.

La Diputación “como administración pública está comprometida con la diversidad, con la inclusión en todos los ámbitos y por supuesto con el respeto”. La incorporación a esta red “es un reconocimiento a la estrategia de

trabajo que llevamos realizando desde hace casi dos años” y “un paso adelante” para “fortalecer la imagen de la provincia” como “destino turístico inclusivo”, “de calidad y sostenible también desde la perspectiva social”, ha indicado Martínez del Junco. Cádiz es una provincia “respetuosa”, “acogedora” y “donde se cuida a cualquier persona sin importar su orientación sexual”, ha asegurado.

La presidenta ha recordado que el turismo es una de las “principales” industrias de la provincia de Cádiz y que “uno de cada tres euros que se generan en la provincia” proceden del sector turístico. No obstante, “apostar por la diversidad conlleva otros beneficios que trascienden lo económico, como, por ejemplo, contribuir a crear una sociedad más justa, más moderna y más civilizada”.

En la misma línea, el diputado de Turismo, Germán Beardo, ha resaltado que la adhesión a la REDD supone una “alianza estratégica en la que el sector se va a ver beneficiado, pero también la imagen de la provincia; una provincia del siglo XXI en la que todo el mundo tiene su sitio”.

Tras su incorporación a la Red Española de Destinos por la Diversidad, la provincia de Cádiz se une a destinos como Sevilla, Madrid, Gran Canaria, Gandía, Cullera, Melilla, Torremolinos, Torrejón de Ardoz, Ávila, La Palma, Huelva, Bocarrent y la Comunidad de Madrid, entre otros. Todos estos han sido reconocidos por su compromiso con la diversidad y la inclusión.

Desempleados de menos de 30 años de Barbate comienzan un programa de formación con un contrato de un año



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El delegado territorial de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía en Cádiz, Daniel Sánchez, junto a la diputada provincial de Cooperación Internacional, Participación Ciudadana y Consumo Ana Moreno y el alcalde de Barbate, Miguel Molina, han visitado el programa de Empleo y Formación ‘GestBarbate’, donde una quincena de alumnos se forman en el ámbito de la gestión administrativa durante un año, alternando

la formación con un contrato de trabajo.

Para Daniel Sánchez es fundamental “aunar esfuerzos entre las distintas administraciones para que la inversión llegue a las personas que más lo necesitan”. El delegado de Empleo ha querido expresar la importancia que tienen estos programas de Empleo y Formación (antiguas Escuelas Taller), que “permiten a los desempleados, en este caso a los más jóvenes, adquirir experiencia laboral y una certificación académica que les sitúa en mejor posición a la hora de conse-

guir un empleo en el mercado de trabajo”. El programa ‘GestBarbate’ comenzó el pasado mes de junio y conlleva una inversión por parte de la Junta de Andalucía de casi 390.000 euros, a los que hay que añadir otros casi 100.000 euros de recursos propios del IEDT y, durante este año, el alumnado tendrá la oportunidad de completar un programa formativo de 800 horas, aprendiendo técnicas administrativas, gestión documental, atención al cliente, manejo de software de oficina y principios de contabilidad, y obteniendo al finalizar el programa, un certificado profesional de nivel 2 en ‘Actividades de gestión administrativa’.

Por su parte, el alcalde de Barbate ha querido señalar la apuesta del Ayuntamiento por “la maravillosa juventud de nuestro pueblo”, destacando la dificultad que ha existido a la hora de seleccionar a los quince alumnos, quedando otros muchos fuera. Miguel Molina ha puesto en valor la formación profesional, “en un mercado laboral cada día más competitivo, que elige a los más preparados y en el que tanto cuesta labrarse un futuro”, ha concluido.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Gobierno de Jerez ha mostrado su satisfacción porque el Gobierno de España haya atendido su petición y haya declarado evento de excepcional interés público el Gran Premio de España de Motociclismo en un año además en el que se celebra el 40 aniversario del Circuito de Jerez Ángel Nieto.

El primer teniente de alcaldesa Agustín Muñoz recuerda que “el Gobierno municipal mandó una solicitud formal el 1 de julio de 2024 ante el Consejo Superior de Deportes, dependiente del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. Una solicitud que el Ayuntamiento realizó en tiempo y forma para que el Gobierno pudiera incluir este apoyo expreso al Circuito de Jerez. Ahora se ve cumplida esta petición con la aprobación por parte del Consejo de Ministros del Real Decreto-Ley por el que se declara el Gran Premio como acontecimiento de excepcional interés público”.

Esta solicitud realizada por el Gobierno municipal respondía a la proposición presentada por el Grupo Municipal Popular en el Pleno celebrado en abril de 2024, en la que se instaba al Gobierno de España a aprobar esta conside-

Jerez muestra su satisfacción porque el Gran Premio de España de Motociclismo haya sido declarado evento de excepcional interés tras su solicitud en 2024



ración al Gran Premio y también dotar con cargo a los Presupuestos Generales del Estado la concesión de una dotación anual al Circuito de Jerez, al igual que hace con otros circuitos españoles. También hay que recordar que la alcaldesa de Jerez, María José García-Pelayo, en su calidad de diputada nacional presentó ya en 2020 una Proposición No de Ley solicitando este reconocimiento para el Gran Premio de Jerez.

La declaración de excepcional interés público obedece a su natu-

raleza excepcional, derivada de su relevancia cultural, deportiva o de otros ámbitos, así como su dimensión internacional, su incidencia económica y el impacto social que generan. Esta declaración supone además un conjunto de incentivos fiscales aplicables a las actuaciones que se realicen para asegurar el adecuado desarrollo de los mismos, que deberán determinarse por ley, convirtiéndose en un valioso instrumento para garantizar la financiación en eventos y competiciones deportivas.

La Diputación de Córdoba colaborará con asociaciones ganaderas en extensivo y el IMGEMA en el desarrollo de acciones conjuntas

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El delegado de Infraestructuras, Sostenibilidad y Agricultura de la Diputación de Córdoba, Andrés Lorite, ha informado de la colaboración que se va a iniciar con las asociaciones nacional y andaluza de ganaderos y ganaderas en extensivo (ANGGEX) y (AAGGEX) y con el Instituto Municipal de Gestión Medioambiental Real Jardín Botánico de Córdoba (IMGEMA). Esta colaboración se va a materializar en sendos convenios que serán aprobados en el próximo Pleno de la institución provincial.

De forma general, Lorite ha destacado que “la agricultura, la ganadería y la biodiversidad en la provincia de Córdoba son determinantes y estratégicas y por este motivo las políticas verdes y de sostenibilidad, pero también las agrarias, son una prioridad para esta Diputación”.



El diputado ha puesto el acento en “la importante labor que está desempeñando la Diputación en cuanto a la promoción de productos autóctonos en el ámbito del sector primario, y en esta línea seguiremos trabajando, promocionando nuestros productos, seleccionando genéticamente nuestros cultivos y nuestro ganado, y dando la importancia que se merece a nuestro

campo”. En el primero de los casos, Lorite ha detallado que “la colaboración con ANGGEX y AAGGEX establece como finalidad conseguir que los productos procedentes de la ganadería extensiva se identifiquen de manera correcta en el etiquetado y que el ciudadano conozca su procedencia”.

La firma de este acuerdo, ha continuado, “nos permitirá el de-

sarrollo de acciones para reconocer las características únicas de las razas ganaderas en extensivo mediante la puesta en marcha de acciones de formación y cualificación de los agentes implicados”.

El diputado ha recalcado que “la ganadería en la provincia de Córdoba es un recurso de primer nivel, es un sector estratégico; el 80 por ciento de la actividad ganadera en la provincia de Córdoba se hace en extensivo, el 82 por ciento de la cabaña porcina se produce en esta modalidad, mayoritariamente en la dehesa”.

“Del mismo modo, se debe apostar por la optimización de la rentabilidad de las explotaciones extensivas de la provincia y ofrecer vías de asesoramiento técnico a los ganaderos y ganaderas, así como la promoción de productos con valor añadido y la puesta en valor de su sostenibilidad tanto desde el punto de vista ambiental como social y económico”, ha añadido Lorite,

quien ha subrayado que “es importante preservar nuestros recursos genéticos, nuestra tradición ganadera y vegetal”.

En cuanto a la colaboración con el IMGEMA, el responsable de Infraestructuras, Sostenibilidad y Agricultura de la Diputación ha especificado que “busca mejorar la biodiversidad, la conservación y la gestión sostenible del patrimonio vegetal y animal de la provincia”.

Según Lorite, “este convenio contempla actuaciones conjuntas de reproducción y cultivo de especies vegetales autóctonas en el marco del proyecto ‘Del cloro a la biodiversidad’, prestando una especial atención a las demandas y necesidades de nuestros pueblos”.

“En este punto se hace esencial la naturalización de fuentes y estanques con plantas, evitando el uso de cloro, al mismo tiempo que se lucha contra la población de mosquitos, una tarea esencial para acotar los posibles focos de propagación de mosquitos”, ha matizado Lorite.

Se prevé, además, el desarrollo de actuaciones de experimentación en materia de reintroducción y conservación de especies vegetales y animales; la puesta en valor de las variedades hortícolas locales o autóctonas o la puesta en marcha de huertos urbanos.

20 empresas optan al Premio Pyme del Año de Córdoba



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Un total de 20 empresas cordobesas optan al Premio Pyme del Año 2025 en su novena edición. Un galardón convocado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba y el Banco Santander, con el objetivo de reconocer el desempeño de las pequeñas y medianas empresas y darles visibilidad como generadoras de riqueza y creadoras de empleo en el desempeño de su labor cotidiana.

El jurado ya se ha reunido para valorar las candidaturas y ha otorgado el premio principal y cuatro accésit en las categorías de internacionalización, digitalización e innovación, formación y empleo y pyme sostenible.

En la reunión, presidida por el presidente de la Cámara Comercio de Córdoba, Antonio Díaz, han participado también la directora zona 3 de Empresas de Andalucía del Banco Santander, Carmen Menéndez, el gerente del Instituto Provincial de Desarrollo Económi-

co (Iprodeco), Gonzalo Esparza, y el director de Diario Córdoba, Rafael Romero. Díaz ha destacado que «este premio se desarrolla con vocación de subrayar el importantísimo papel de las pymes en la generación de bienestar para el conjunto de la sociedad. La actividad de las pymes es fundamental para la creación de empleo y riqueza a nivel local. Quiero destacar el alto nivel de las empresas participantes en esta edición, hemos valorado méritos como la creación de empleo, las acciones de formación para los empleados, la internacionalización de la empresa, las iniciativas de digitalización e innovación, así como la inclusión de proyectos sostenibles como parte de la estrategia de la pyme».

Los ganadores se darán a conocer en el transcurso de un acto de entrega que se celebrará en octubre. La empresa ganadora en cada provincia concurrirá al Premio Nacional Pyme del Año 2025, que se fallará en el primer trimestre de 2026. También optarán al Premio Nacional, en sus respectivas categorías, los ganadores de los cuatro accésits.

El Premio Pyme del Año 2025 de Córdoba ha estado abierto a pequeñas y medianas empresas, de menos de 250 empleados, con una facturación anual inferior a los 50 millones de euros en el último ejercicio y con sede social en la provincia de Córdoba.

La colaboración entre Diputación y UCO permite financiar más de 30 becas de prácticas en empresas cordobesas

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

En el Palacio de la Merced, sede de la Diputación de Córdoba, ha recibido a los participantes en el Programa de Prácticas Académicas Externas, en un acto que ha estado presidido por el máximo responsable de la institución provincial, Salvador Fuentes, para quien, “hoy abrimos la puerta a un futuro que queremos construir juntos, un futuro en el que el talento joven sea la base de un territorio más fuerte y preparado para los retos que tenemos por delante”.

En esta Diputación, ha continuado, “tenemos claro que la mayor riqueza de un territorio son las personas que lo habitan, y de manera muy especial, la juventud, porque este segmento poblacional tiene la formación y las ideas para transformar nuestra provincia. De ahí la importancia de este programa que ponemos en marcha junto a la Universidad y que, debido a su éxito, celebra su IX edición”.

“El convenio de colaboración institucional con la UCO y la gestión eficiente de Fundecor nos permite financiar más de 30 becas de prácticas, con una aportación mensual de 600 euros, de los que la Diputación asume 400. Apostamos así por una herramienta que nos permite reconectar el talento con nuestro territorio”, ha apostillado Fuentes.

El presidente de la Diputación ha detallado que “en esta edición, contamos con



32 entidades de acogida que se reparten en 14 municipios, con Córdoba capital a la cabeza. Hablamos de Alcaracejos, Cabra, Puente Genil, Hornachuelos, Fuente Obejuna, Espejo, El Carpio, Montoro, La Rambla, Encinas Reales, Aguilar de la Frontera, Bujalance y Nueva Carteya”.

Desde su puesta en marcha, el Programa de Prácticas Académicas Externas ha demostrado ser una herramienta eficaz para mejorar la empleabilidad del estudiantado universitario y facilitar su inserción en el mercado laboral.

En las últimas cuatro ediciones, un total de 98 estudiantes han encontrado empleo tras su participación en el programa, lo que representa un promedio de inserción superior al 43%. Estos datos consolidan el valor de esta iniciativa como puente efectivo entre la formación académica y el empleo cualificado en Córdoba.

L REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA a Diputación de Granada ha abierto el plazo para solicitar ayudas económicas destinadas a jóvenes emprendedores de la provincia. Esta iniciativa, que se pone en marcha por primera vez, tiene como objetivo fomentar el emprendimiento, reactivar la economía local, impulsar el empleo de proximidad y contribuir a frenar la despoblación en los municipios menores de 30.000 habitantes. La convocatoria, dotada con 200.000 euros, está dirigida a personas jóvenes autónomas de entre 18 y 35 años, empadronadas en algún municipio de la provincia de Granada con una antigüedad mínima de seis meses anterior a la publicación de la convocatoria, y que desarrollen su actividad económica y tengan su domicilio social en localidades con una población inferior a 30.000 habitantes. También podrán beneficiarse empresas (sociedades mercantiles, laborales y/o de economía social) con menos de 10 trabajadores, siempre que el capital social esté aportado por jóvenes en ese mismo rango de edad y reúnan las condiciones geográficas señaladas.

El diputado de Juventud, Roberto González, ha señalado que “Granada es actualmente

Abierto el plazo para solicitar ayudas al emprendimiento juvenil en municipios de menos de 30.000 habitantes



la tercera provincia andaluza con mayor tasa de paro entre los menores de 35 años. Uno de cada cuatro jóvenes está en desempleo y eso

está provocando que muchos se vean obligados a marcharse a otras provincias o incluso al extranjero, agravando el fenómeno de la despoblación, especialmente en los municipios más pequeños. Esta situación no solo pone en riesgo el futuro de nuestra juventud, sino también la sostenibilidad de nuestras localidades rurales”.

Cada ayuda será de 1.000 euros por persona o entidad beneficiaria, hasta agotar el crédito disponible. La convocatoria establece que la concesión se realizará en régimen de concurrencia no competitiva, por lo que no se requiere la comparación entre solicitudes, y se priorizará a las personas empadronadas en municipios de menor población y

con menor antigüedad en la actividad económica con el fin de incentivar los proyectos de nueva creación.

Serán objeto de ayuda aquellos gastos necesarios para la actividad económica, hasta el importe máximo concedido. Esto incluye los derivados del alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos o el correspondiente, los notariales y de registro mercantil en el caso de sociedades, servicios de alojamiento web, publicidad y promoción, así como gastos corrientes imprescindibles para el funcionamiento del negocio, tales como teléfono, internet, suministros (agua y luz), adquisición de material fungible, seguros obligatorios, certificación de protección de datos y el arrendamiento del local.

Estas ayudas son compatibles con otras ayudas públicas o privadas, siempre que no se supere el 100 % del coste de la actividad subvencionada, pero serán incompatibles con otras concedidas por la misma Diputación para idéntica finalidad. Cada persona física o jurídica podrá presentar una única solicitud, que deberá tramitarse exclusivamente a través de la sede electrónica de la institución provincial hasta el próximo 11 de agosto.

El Patronato Provincial de Turismo refuerza su apuesta estratégica por el turismo chino con un foro clave para el sector



reforzando especialmente a los municipios con potencial turístico que aún no han sido descubiertos por este mercado. Es una apuesta clara por un desarrollo turístico sostenible e inclusivo”.

Por su parte, el presidente de la Federación Granadina de Hostelería y Turismo,

Gregorio García, ha indicado que “este encuentro es muy importante para el destino Granada. Es crucial conocer los cambios que se están produciendo en China para atraer ese tipo de turista. Tenemos que organizarnos para que vengan a disfrutar de nuestra tierra”. La CEO de Asialink, Jennifer Zhang, ha señalado que “estamos de enhorabuena porque los datos son muy buenos y debemos hablar de las tendencias de cómo adaptarnos a ese mercado. Llevamos 20 años trabajando el turismo chino en España y esperamos aportar todo nuestro saber a la comunidad de Granada. Los datos que manejamos son de récords históricos de llegada de turistas chinos a España y a Granada y debemos aprovechar esa oportunidad”.

Este foro es una consecuencia directa del viaje institucional que realizó la Diputación de Granada a China en octubre de 2024. Durante esa misión, el presidente Francis Rodríguez y la diputada de Turismo, Marta Nievas, presentaron la oferta de Granada ante una treintena de agencias de viaje, turoperadores, aerolíneas como Air China y medios chinos en Pekín, con el apoyo de Turespaña.

Asimismo, mantuvieron encuentros estratégicos con China Tourism Group (CTG), con quien se establecieron canales de colaboración para incluir a Granada en sus catálogos. La reactivación de este foro se inscribe así en una acción coordinada de promoción que ya está dando sus primeros frutos.



35 nuevas empresas se suman a 'Sabor Granada', la marca de productos agroalimentarios de la Diputación

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El diputado de Fondos Europeos, Desarrollo, Industria y Empleo, Antonio Díaz, presidió el tradicional acto de recepción a las empresas de ‘Sabor Granada’ celebrado en la caseta que la institución provincial tiene en el recinto ferial. Durante la celebración de este evento se ha dado la bienvenida a las 35 nuevas empresas que se incorporan a la marca, de las cuales 15 son productores, 10 empresas de hostelería y 10 entidades sin ánimo de lucro.

Díaz ha destacado “el compromiso de la institución provincial con ‘Sabor Granada’, así como con las empresas que la conforman y las personas que están al frente de las mismas. Venimos a esta cita con la gran satisfacción de lograr que esta marca sea cada vez más grande. Quiero destacar el esfuerzo y la excelencia del trabajo que se está haciendo, lo que avala que más y

más empresas quieran formar parte de este gran proyecto”.

Además, el diputado ha enfatizado en el crecimiento que se ha experimentado en el sector de la hostelería, señalando que “este dato viene a ratificar que estamos en el buen camino y que, tal y como hemos planteado en nuestro Plan Estratégico, la gastronomía debe seguir siendo uno de los ejes claves de nuestra promoción. Nuestras cocinas son el mejor escaparate de los productos ‘Sabor Granada’ y así queremos que siga siendo”.

En este sentido las empresas de hostelería representan ya el 25% de Sabor Granada, lo que supone un crecimiento de 3 puntos porcentuales respecto al 22% del año anterior.

Actualmente, la marca de productos agroalimentarios de la Diputación de Granada cuenta con 339 empresas adheridas, de las cuales 229 son productores, 85 de hostelería, 12 de comercio, 2 de turismo y 11 entidades sin ánimo de lucro.

L REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA a diputada de Turismo y Patrimonio, Marta Nievas, junto al presidente de la Federación Granadina de Hostelería y Turismo, Gregorio García, y la CEO de Asialink, Jennifer Zhang, ha inauguraron el Foro Estratégico ‘El nuevo turista chino. Estimulación de la demanda y herramientas de captación y comercialización’. Esta jornada, impulsada por el Patronato Provincial de Turismo de la institución provincial, tiene el objetivo de capacitar y preparar al sector turístico local ante el creciente interés del mercado chino por los destinos europeos.

Nievas ha destacado “el compromiso de la Diputación con la internacionalización del destino y con la diversificación de mercados. La reactivación del turismo chino no es solo una oportunidad, sino una necesidad estratégica para Granada, que puede ofrecer al visitante asiático experiencias culturales, patrimoniales y gastronómicas únicas y grandes beneficios para nuestra provincia”.

Además, la diputada ha subrayado que “la atracción del turismo chino puede generar un impacto directo en el empleo, en la actividad económica y en la visibilidad internacional de nuestra provincia. Desde la Diputación trabajamos para que estos beneficios se distribuyan de forma equilibrada por el territorio,

LA FP Dual, primera en empleabilidad entre los alumnos en prácticas de a Atlantic Copper



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Más de 70 estudiantes de universidad, ciclos formativos y FP Dual han realizado prácticas este curso en la empresa, donde la tasa de empleabilidad histórica roza el 90% en la FP Dual de Química Industrial y Mecatrónica Industrial. Atlantic Copper apuesta por la Formación Profesional Dual y por el talento joven para incorporar personal a su plantilla. De hecho, la FP Dual se ha consolidado como la principal vía de inserción laboral en la compañía, con tasas muy elevadas de incorporación tras el periodo formativo. Las especialidades de Química Industrial y Mecatrónica Industrial destacan especialmente, con porcentajes que alcanzan el 88% y el 90% respectivamente desde 2017, año en el que la compañía comenzó a colaborar con centros donde se impartía este tipo de formación.

Durante el curso 2024/25, más de 70 estudiantes de universidad, ciclos formativos y FP Dual han realizado prácticas en distintas áreas de la compañía, accediendo a un entorno industrial real que les permite aplicar sus conocimientos desde el primer día y pre-

pararse para su futuro profesional. Más de la mitad, el 66%, ha finalizado ya, a estas alturas del curso escolar, su periodo de prácticas en Atlantic Copper.

De ellos, cerca del 20% se ha incorporado a la compañía, especialmente en áreas como Grupo Químico, Operaciones, Mantenimiento y Administración, lo que demuestra el potencial de estas estancias como vía de acceso al empleo. “En Atlantic Copper creemos

que la formación es clave para incorporar talento cualificado y adaptado al entorno industrial. El futuro del sector en Huelva está en manos de la juventud, y apostar por su desarrollo desde las primeras etapas es también creer en el empleo y el crecimiento de nuestro entorno”, ha afirmado Sebastián Prieto, jefe de Gestión de Talento de la compañía.

Además de su compromiso con el talento joven, Atlantic Copper apuesta por la formación continua de su plantilla, compuesta por más de 760 personas. Solo en 2024, la compañía ha impartido 52.484 horas de formación, de las cuales más del 67% se han centrado en especialización técnica. A esto se suman más de 25.000 horas dedicadas a la prevención de riesgos laborales entre 2023 y 2024, reflejo de la cultura de seguridad que caracteriza a la organización.

De esta manera, Atlantic Copper se ha consolidado como un actor clave para el desarrollo económico de Huelva, representando el 17% del empleo generado en el polo químico de la provincia, y generando un valor añadido bruto de más de 220 millones de euros, convirtiéndose en uno de los grandes motores económicos de Andalucía.



Atalaya logra mejorar la calidad del agua del Odiel y activa su recuperación estratégica

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Atalaya Mining, operadora de la mina de Riotinto, ha logrado mejorar la calidad de las aguas en contacto con instalaciones mineras históricas (“aguas difusas”). Esto supone “un cambio radical en la hidrología de la zona” y activa la recuperación de la cuenca del Odiel, estratégica para el desarrollo hídrico y ecológico del suroeste andaluz. Es una de las conclusiones destacadas del Informe de Sostenibilidad 2024, publicado en la web de la compañía y presentado en el Museo Vázquez Díaz (Nerva) con la participación de alcaldes y representantes sociales de la Cuenca Minera.

La apuesta por la sostenibilidad y la mejora continua de Atalaya queda atestiguada en este informe verificado por un organismo independiente y realizado según el estándar internacional GRI (Global Reporting Initiative). Alineado con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, el documento reporta avances en seis pilares fundamentales: Buen Gobierno, Personas, Operación Segura, Medio Ambiente y Cambio Climático, Sociedad, y Tecnología e Innovación.

Como indicaba Enrique Delgado, director general de Atalaya Riotinto, durante el acto de presentación de este informe: “se trata de ofrecer una visión honesta, rigurosa

y completa de cómo gestionamos los riesgos, cómo medimos nuestro desempeño y cómo integramos la sostenibilidad en cada decisión corporativa”.

Así, la empresa registra mejoras en muchos aspectos, incluyendo una reducción del consumo de agua fresca del 18,5% frente a 2023, y de emisiones de GEI (alcances 1 y 2) de un 3,9%. La eficiencia energética también mejoró, con una intensidad de consumo eléctrico de 22,66 kWh/t (-2,7%). En el plano social, el porcentaje de mujeres en plantilla aumentó al 21% y su representación en el Consejo de Administración creció del 14% al 24%. La siniestralidad laboral descendió significativamente: el índice de frecuencia (LTIFR) entre sus empleados se redujo un 75%, mientras que las aportaciones al desarrollo territorial sostenible se incrementaron un 9%.

Atalaya, actor relevante en la producción de cobre europeo, tiene el objetivo de maximizar el impacto positivo de sus operaciones. Como parte de su compromiso al reabrir la mina, se adoptaron medidas correctivas para reducir los efectos de las aguas difusas en los ríos locales. Entre otras, la construcción de canales de recogida de aguas de lluvia para reducir el flujo hacia el Odiel, el encauzamiento de escorrentías, el cierre de antiguos túneles que vertían al entorno y la restauración de antiguas escombreras.

AIQBE incorpora al Puerto de Huelva como nueva entidad asociada

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas de Huelva (AIQBE) ha incorporado como organismo público asociado a la Autoridad Portuaria de Huelva, un actor clave en el desarrollo logístico e industrial del sector andaluz. Con esta adhesión, AIQBE suma ya 22 integrantes, consolidándose como interlocutor en el tejido industrial onubense.

El presidente de AIQBE, Juan del Olmo, ha valorado muy positivamente la incorporación de la Autoridad Portuaria de Huelva a la asociación, destacando: “La

alianza con la Autoridad Portuaria de Huelva fortalece nuestra visión de una industria más conectada, sostenible y firmemente comprometida con el desarrollo económico y social de nuestro territorio. Su integración en AIQBE supone un impulso para seguir avanzando juntos en el fortalecimiento del tejido industrial onubense y en la búsqueda de nuevas oportunidades de colaboración en ámbitos clave como la logística, la innovación energética y la protección del medio ambiente. Este paso refuerza nuestro compromiso conjunto por una industria moderna, competitiva y responsable, capaz

de generar valor y bienestar para toda la provincia”.

La Autoridad Portuaria de Huelva, presidida por Alberto Santana, gestiona uno de los principales enclaves industriales del país. Forma parte de la Red Transeuropea de Transporte como Puerto Core y ocupa la segunda posición en Andalucía en movimiento de mercancías.

Santana ha afirmado que para el Puerto de Huelva “la incorporación a AIQBE significa poder generar sinergias con la industria, un sector clave para impulsar nuestro posicionamiento como clúster energético e industrial y



liderar la transición energética de nuestro entorno”. Con esta nueva incorporación, AIQBE fortalece su carácter integrador y reafirma

su compromiso con una industria cada vez más conectada al territorio, innovadora y orientada hacia un futuro sostenible.

Diputación incentiva la llegada de nuevas empresas a Jaén con una convocatoria dotada con 3 millones de euros

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El presidente de la Diputación de Jaén, Paco Reyes, ha presentado una nueva convocatoria de ayudas para incentivar la implantación en el territorio jiennense de proyectos de inversión intensivos en creación de empleo. En este acto, en el que también ha estado presente el diputado de Empleo y Empresa, Luis Miguel Carmona, el máximo responsable de la Diputación ha incidido en que “una vez más, y aunque no tengamos competencias en materia de empleo, porque no recibimos tampoco recursos para ello, damos un paso al frente promoviendo esta línea de ayudas, dotada esta vez con 3



millones de euros de fondos propios y que ha demostrado ser muy útil en los últimos años para que nuevas empresas se implanten en

nuestra tierra o para que otras que ya están instaladas aquí se decidan a ampliar sus plantillas”.

Estas subvenciones siguen “la

senda que abrimos hace ya años y confirman la determinación de esta Diputación por favorecer la generación de empleo, sin duda uno de los principales problemas que se refleja en las encuestas, aunque vemos cómo viene mejorando de forma sustancial”, ha apuntado Reyes, que ha ejemplificado este avance recordando que “las cifras de desempleo que hemos conocido en junio nos muestran que son las mejores en los últimos 17 años, con 35.470 desempleados en la provincia”.

Para continuar avanzando en esta dirección y aprovechar las oportunidades que proyectos tractores como el CETDEX ofrecen para la llegada de nuevas firmas al territorio jiennense, “convocamos de nuevo estas subvenciones con el objetivo de incentivar la implantación de empresas en Jaén, para que elijan Jaén y no otros territorios, o para que su proyecto empresarial siga creciendo en nuestra provincia”. Unas ayudas que, como en ediciones anteriores, serán de concurrencia no competitiva y se concederán a empresas que presenten proyectos de inversión que supongan la generación

de, al menos, 15 puestos de trabajo.

En estas iniciativas empresariales, la Diputación de Jaén asumirá un porcentaje de los costes salariales y sociales de estos nuevos puestos de trabajo durante 2 años, que oscilará en función del tamaño de la empresa. En concreto, los porcentajes aportados por la Administración provincial serán de un 25% para empresas pequeñas que realicen una inversión mínima de 75.000 euros; de un 20% para firmas medianas que hagan una inversión mínima de 150.000 euros; y de un 15% para empresas grandes que garanticen una inversión mínima de 500.000 euros.

La cuantía máxima de la ayuda que podrá percibir una empresa será de 500.000 euros, mientras que no podrá superar los 250.000 en el caso de aquellas que se hayan beneficiado de estos incentivos en convocatorias anteriores, según ha matizado Paco Reyes, quien ha adelantado que estas subvenciones, que podrán solicitarse hasta el próximo 30 de septiembre, “ofrecerán la posibilidad de incrementarse en un 5% siempre que el proyecto empresarial se localice en Geolit o en el Parque de Santana”.

Mechaup SL, de Martos; 'Flexia Films', de Alcalá la Real; 'Apisierra', de Pozo Alcón; 'Yusapi', de Jaén, y 'Monva' de Mancha Real, Premios Emprende e Innova

La Casería Escalona de la capital jiennense ha acogido este evento, en el que han sido galardonadas las firmas Mechaup SL, de Martos; 'Flexia Films', de Alcalá la Real; 'Apisierra', de Pozo Alcón; 'Yusapi', de Jaén, y 'Monva' de Mancha Real, en cada una de las cinco categorías establecidas en este certamen. El presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Paco Reyes, que ha estado acompañado en este acto por la presidenta de la Fundación Unicaja Jaén, Carmen Espín, y miembros de la Corporación provincial, ha destacado que este concurso “es un trabajo sostenido en el tiempo, como lo demuestran las veintiséis ediciones de estos premios impulsados por la Diputación de Jaén que reconocen esa capacidad para emprender e innovar que hay en nuestro territorio y esa apuesta por el desarrollo sostenible”.

Detrás de ese éxito hay historias y trayectorias empresariales de interés, como la de Mechaup, de Martos, premiada en la categoría ‘Proyecto empresarial’ por “su original e interesante labor de transferencia del conocimiento generado desde la investigación en la Universidad de Jaén a nuestro tejido productivo”, según ha apuntado Reyes. La de Flexia Films, de Alcalá la Real, distinguida como ‘Empresa del año Jaén por industria’, y “dedicada a la fabricación de plásticos avanzados para la alimentación, un ámbito en el que destaca por la innovación, el desarrollo de nuevas tecnologías de fabricación y su apuesta por la economía circular”.



Otra de las firmas galardonadas ha sido Apisierra, de Pozo Alcón, en la categoría ‘Empresa liderada por mujeres’. Esta entidad, como ha destacado Reyes, está “especializada en la comercialización de miel, chocolates y productos artesanos, y se distingue por su apuesta por la calidad y por utilizar materias primas y recursos naturales endógenos del Parque Natural de las sierras de Cazorla, Segura y Las Villas”.

En la modalidad de ‘Empresa joven’, la premiada ha sido Yusapi, de Jaén, “una consultora informática que ha apostado por la innovación y la sostenibilidad, ayudando a otras empresas a su transformación digital”, según ha expuesto el presidente de la Diputación de Jaén, que también ha elogiado el trabajo que realiza Monva, de Mancha Real, reconocida en la modalidad de trayectoria empresarial y que “lleva ya muchos años siendo un referente del sector oleícola y estando a la vanguardia en la producción y envasado de AOVE siguiendo criterios y prácticas sostenibles”.

La Diputación de Jaén se adhiere al proyecto Código del Valor del Talento Turístico



La Diputación Provincial de Jaén se suma al Código del Valor del Talento Turístico, que promueve la Conferencia Española de Decanas y Decanos de Turismo (Cedtur). Esta institución, que está representada por todas las universidades españolas que cuentan con estudios en Grado en Turismo, entre ellas la Universidad de Jaén, ha puesto en marcha este proyecto con el fin de adherir a esta iniciativa a las empresas, organizaciones, instituciones, asociaciones de todo el país para poner en valor la calidad y profesionalidad de los todos los agentes y personas implicadas en el sector turístico.

El diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, ha presentado hoy el proyecto junto al decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la UJA, Félix Ángel Grande, “una iniciativa que incide en el enorme potencial y talento que tenemos en nuestro país, y

especialmente en nuestro territorio”. En este sentido, “hablamos una provincia que cuenta con una alta valoración por parte de los turistas que vienen a vivir experiencias novedosas e innovadoras generadas por parte del tejido empresarial, sin duda, profesionales que destacan por su alta capacidad de atención en el trato personalizado”, ha puntualizado Lozano durante su intervención, en la que también ha recordado el crecimiento que Jaén ha experimentado en los últimos años en pernoctaciones, estancia media y gasto medio de los visitantes.

Por su parte, el decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la UJA ha añadido que la adhesión al Código del Valor del Talento Turístico, “no sólo busca destacar y proyectar la profesionalidad y vocación de las personas vinculadas a este sector, sino que además se consiga un mayor conocimiento y formación, que permita asimismo atraer y retener el talento en nuestra provincia”.

La Cámara de Comercio de Málaga y Málaga TechPark refuerzan su colaboración para impulsar la internacionalización de las empresas malagueñas



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga y Málaga TechPark han suscrito un convenio de colaboración con el objetivo de establecer un marco estratégico común para desarrollo socioeconómico de la provincia y potenciar y promover la internacionalización de las empresas malagueñas.

Ambas instituciones, comprometidas con el impulso del tejido empresarial, acuerdan formalizar este convenio desde sus respectivas competencias y ámbitos de actuación. La alianza contempla una serie de actuaciones conjuntas orientadas a ofrecer asesoramiento, servicios especializados y proyección internacional a las empresas vinculadas tanto al Parque Tecnológico Andalucía en Málaga como a la Cámara de Comercio de Málaga.

El acuerdo, firmado por la consejera de Economía, Hacienda y Fondos Europeos de la Junta de Andalucía y presidenta de Málaga TechPark, Carolina España; y por el presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, José Carlos Escribano, incluye una serie de acciones a llevar a cabo en este marco de colaboración. La primera de ellas es la organización de misiones internacionales. De esta forma, se continuará desarrollando una misión anual conjunta destinada a explorar ecosistemas empresariales de referencia a nivel internacional, especialmente orientada a empresas tecnológicas y organismos públicos de la provincia.

En segundo lugar, la celebración de jornadas informativas conjuntas, actividades dirigidas a empresas de Málaga TechPark y del tejido empresarial vinculado a

la Cámara de Comercio de Málaga, con el objetivo de fomentar el conocimiento mutuo y facilitar sinergias.

Por otro lado, la participación en programas europeos, ya que ambas entidades analizarán conjuntamente oportunidades en convocatorias europeas para la elaboración de propuestas colaborativas. Así, el acuerdo contempla la presencia institucional conjunta en mercados clave, por lo que Málaga TechPark participará en misiones internacionales lideradas por la Cámara de Comercio de Málaga, reforzando la imagen global de las empresas tecnológicas del parque.

Además, se fomentará la integración en plataformas estratégicas, de tal forma que Málaga TechPark se incorporará al Hub Málaga Export, una iniciativa de la Cámara. Asimismo, la Cámara de Comercio de Málaga formará parte del Instituto Ricardo Valle de Innovación (INNOVA IRV), promovido por Málaga TechPark, reforzando su papel en la innovación y la transferencia tecnológica.

Por último, se llevarán a cabo acciones de promoción conjunta. Ambas instituciones colaborarán en acciones de visibilidad institucional y recepción de delegaciones internacionales.

Para el seguimiento y ejecución del convenio, que tendrá una duración de cuatro años, se constituirá una comisión integrada por representantes de ambas entidades.

Este acuerdo representa un paso firme en la consolidación del ecosistema empresarial malagueño, reforzando el compromiso conjunto con el crecimiento, la innovación y la internacionalización de las empresas.



La Cámara de Comercio y Fedelhorce presentan 'Mar de Bonos' para reactivar el comercio y la hostelería de proximidad de la comarca del Guadalhorce



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, José Carlos Escribano de Garaizábal, y el vicepresidente de la Federación de Empresarios del Valle del Guadalhorce (Fedelhorce), Antonio Francisco Vázquez Olmedo, han presentado hoy la campaña "La Mar de Bonos", una iniciativa que busca reactivar el comercio y la hostelería de proximidad en ocho municipios del Valle del Guadalhorce.

La campaña se desarrollará del 21 de junio al 21 de septiembre de 2025, y nace del esfuerzo conjunto de la Cámara de Comercio de Málaga y Fedelhorce, con el respaldo de los ayuntamientos de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Álora, Campanillas, Cártama, Churriana, Coín y Pízarra.

Durante estos tres meses, se sortearán 208 tarjetas monedero de 50 euros, lo que supone un total de 10.400 euros en premios. Cada semana se entregarán 16 tarjetas,

dos por municipio participante, entre las personas que realicen compras en los establecimientos adheridos a la campaña.

Durante la presentación, se ha destacado la facilidad para participar. A partir de una compra mínima, basta con escanear el ticket a través de la aplicación FedelAPP para generar una papeleta digital para el sorteo semanal. Cuantas más compras se hagan, más oportunidades habrá de ganar, ya que las participaciones son acumulativas.

Los sorteos se celebrarán cada viernes a las 12:00 horas y se retransmitirán en directo por Facebook Live desde un comercio distinto cada semana. Para asegurar la transparencia del proceso, se utilizará una urna física con todas las papeletas y se contará con la supervisión de la Cámara de Comercio, así como con el control digital de FedelAPP.

"La Mar de Bonos" surge con cuatro objetivos primordiales: incentivar las compras en el comercio local y la hostelería de la comarca; fomentar la fidelidad de los clientes y la visibilidad de las empresas participantes; impulsar la digitalización de los negocios a través de herramientas accesibles como FedelAPP así como fortalecer los lazos sociales y económicos entre los municipios implicados.

La Cámara de Comercio de Málaga y Fedelhorce han querido hacer un llamamiento tanto a los establecimientos para que se sumen a esta campaña, como a la ciudadanía para que participe activamente.

Ocho empresas de Sabor a Málaga visitan la feria Summer Fancy Food de Nueva York en busca de innovación y nuevas oportunidades

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Una delegación compuesta por ocho empresas agroalimentarias de la marca Sabor a Málaga ha visitado la prestigiosa feria Summer Fancy Food, que se ha celebrado en Nueva York. Esta acción de promoción, organizada por la Diputación de Málaga y la Cámara de Comercio de Málaga, forma parte de la estrategia de impulso a la internacionalización del sector agroalimentario de la provincia.

La Summer Fancy Food se considera la feria más importante de Estados Unidos en el ámbito de los

alimentos y bebidas gourmet. Es un escaparate internacional donde se presentan las últimas novedades del sector, tendencias de consumo emergentes, innovaciones en 'packaging' y soluciones alimentarias enfocadas al mercado 'premium', importado y natural.

Durante la visita, las empresas malagueñas han podido conocer de primera mano las exigencias del mercado estadounidense, identificar oportunidades y recoger ideas para adaptar sus productos a un entorno comercial altamente competitivo y dinámico. A pesar del complejo contexto arancelario, la delegación ha reforzado su conoci-

miento sobre los procesos de entrada y distribución en el país.

Además, los participantes han mantenido reuniones institucionales con entidades clave como la Oficina Económica y Comercial Española en Nueva York, Vinos y Alimentos de España, la Spain-US Chamber of Commerce y la oficina en destino de Andalucía Trade, donde se les ha asesorado sobre normativas, certificaciones, canales de distribución y estrategias de comercialización efectivas en el mercado norteamericano.

Las empresas que han formado parte de esta expedición han sido Agammasur, Trafrut Cano, Indus-



trias Cárnicas de Benaolán, Almendra del Sur, Aceitunas Bravo, Aceites Málaga, Aceites El Niño y Aceites Finca la Torre.

Esta acción en Nueva York se suma a un primer semestre especialmente activo en el ámbito de

la promoción exterior para las empresas de la marca Sabor a Málaga, con iniciativas como el 'showroom' celebrado en Colombia en mayo o la misión inversa con compradores de Reino Unido llevada a cabo en marzo.

El Sevilla Convention Bureau capta 244 eventos que generan 74 millones y presenta a su nueva directora

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Asamblea General del Sevilla Convention Bureau (SCCB), entidad adscrita a la Cámara de Comercio de Sevilla, ha presentado sus resultados de los seis primeros meses de 2025 para informar sobre su gestión a los más de 120 socios asistentes.

El acto se celebró en el Estadio Ramón Sánchez Pizjuán y contó con una representación de empresarios y profesionales, como su anfitrión el director general del Sevilla FC, José González Dans; el gerente de la Cámara de Comercio, Salvador Fernández; la delegada de turismo del Ayuntamiento de Sevilla, Angie Moreno; el presidente del SCCB Ángel Díaz, y su vicepresidente, Jorge Morilla.

También se presentó a la nueva directora del SCCB que se incorporará en julio. Se trata de Carmen Arjona, profesional del ámbito MICE y directora del Málaga Convention Bureau y a la subdirectora, Yvonne Zegers,

como nueva estructura tras la jubilación del actual director Manuel Macías.

Durante la Asamblea se presentaron próximos eventos profesionales en el destino como Forever Wedding Summit, Ice the break forum, Conecta one to one y Sports and Events Europe, además del resto de acciones promocionales incluidas en el Plan de Acción 2025. Y es que se ha detectado un notable incremento en la petición de negocio para el último cuatrimestre del año y especialmente para 2026.

En el encuentro profesional además se ofrecieron los datos generados. En el primer semestre se captaron 244 eventos, frente a los 211 registrados en el mismo periodo del año 2024, lo que supone un aumento de 13,5% de incremento. Aunque se trata de eventos más numerosos, como la disponibilidad alojativa es menor, esto redunda en un menor índice de participantes por evento, experimentado un -12%.



El SCCB ha trabajado en varios ejes estratégicos como la transformación digital (webinars, ayudas, casos prácticos y participación en programas específicos con fondos provenientes Cámara España o UE) o la sostenibilidad en los espacios de reuniones y en las empresas (concienciar del compromiso con la sostenibilidad y protección del medio ambiente), además de potenciar las visitas de compradores internacionales y su contacto con empresas locales.

También con la promoción en destinos con nuevas rutas aéreas, como es el caso de Estambul, ciudad con la que se cuenta con un vuelo diario con Pegasus y que a partir de septiembre añadirá una frecuencia diaria con Turkish Airlines.

Entre las 42 acciones de marketing llevadas a cabo, 19 en destino y 23 nacionales e internacionales, resalta la asistencia a ferias especializadas como IMEX Frankfurt, Pure Meetings en París, MCE Events Club en Riga.

Otro punto a destacar entre las gestiones de este periodo se encuentra en las cualificadas visitas de grupos de familiarización de profesionales provenientes de Francia, Países Bajos, Alemania, China y España.

El apartado de comunicación ha resultado clave en la proyección y asistencia

de los servicios del SCCB a socios y clientes con 82 convocatorias y newsletters específicas: 23 asistencias a ferias, jornadas y presentaciones internacionales, realizando 489 contactos individuales con compradores y asistencia de 183 empresas asociadas. 6 Fam trips presenciales con la asistencia de 49 compradores y la participación de 67 empresas asociadas. 13 visitas de inspección para congresos y eventos atendidas, para un total de 30 organizadores de eventos. 244 distribuciones de negocio generadas para eventos, congregando a 55.226 pax para los citados eventos y 73.726.710€ de producción en los citados eventos. 58 reuniones de membresía y campaña de captación de socios dirigida a 838 empresas. 16 nuevas empresas asociadas.

Además de las 176 empresas asociadas, para el desarrollo de su plan de acción, el SCCB cuenta con el apoyo y colaboración de Turismo Andaluz, Prodetur y Sevilla City Office, además de otras organizaciones nacionales e internacionales.

La CES y la Diputación de Sevilla convocan los Premios de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad 2025



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Confederación Empresarial de Sevilla (CES), junto con la Diputación a través de Prodetur, convocan los Premios de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad para este año 2025. Con un plazo de presentación de solicitudes hasta el próximo 30 de septiembre, las candidaturas pueden presentarse en la página oficial del premio www.premio-rse.es, en la que se hallan publicadas las bases de la convocatoria.

Con la institución de estos galardones, que cumplen su decimotercera edición, la CES y Pro-

detur pretenden ser transmisoras de las mejores prácticas empresariales para servir como catalizadoras e influir en la transformación de la sociedad, promoviendo actuaciones empresariales de carácter estratégico, y, por tanto, sostenible.

Con esta finalidad, ambas instituciones reconocen públicamente con estos Premios las mejores iniciativas y buenas prácticas en Responsabilidad Social y Sostenibilidad de las empresas sevillanas, en el caso de la edición de este año, en tres modalidades principales: las pymes, las grandes empresas y el tercer sector, categoría esta última en la que se podrá reconocer la mejor iniciativa.

Asimismo, en caso de que el jurado entienda que concurren las circunstancias que así lo justifiquen, se podrá otorgar un reconocimiento a alguna personalidad o institución que haya contribuido de manera destacada al desarrollo en la provincia de la RSE y

a la difusión del valor generado a través de la cooperación responsable entre empresas, trabajadores y trabajadoras, clientes, proveedores, instituciones u otras entidades sociales.

Las candidaturas a este Premio, que es honorífico, podrán ser presentadas por las propias empresas o por cualquier persona o entidad.

Para la adjudicación del Premio el jurado tendrá en consideración aspectos que conciernen a las áreas social, económica, y medioambiental de las empresas candidatas; así como otras perspectivas, como la ética y valores de la empresa y el tratamiento de la información y la comunicación.

En 2024, el Premio de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad fue otorgado al Grupo Martín Casillas, en la categoría de "Gran Empresa"; y a "OGA", empresa del sector tecnológico, en la categoría de "Pyme". Asimismo, "tuTECHÔ" recibió el galardón a la "Mejor Iniciativa" en RSEyS. Además, se otorgó el Premio a la "Trayectoria Empresarial" a Cristóbal Martínez Fernández, delegado territorial en Andalucía, Ceuta y Melilla de la ONCE.

La Diputación de Sevilla y el IECA refuerzan su colaboración para impulsar el uso de datos como motor de transformación en la provincia



Maria Teresa Jiménez y Juan Carlos Montoya, diputada y director del Área de Cohesión Territorial de la Diputación de Sevilla han mantenido una reunión con Manuel Castaño, director del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), para reforzar la colaboración de ambas entidades en su esfuerzo por impulsar el uso de datos como motor de transformación en la provincia.

En la reunión se han debatido las líneas de trabajo actuales y futuras y se ha trasladado a la Diputación que el IECA está en disposición de ofrecer herramientas

y asesoramiento técnico para que los ayuntamientos de la provincia cuenten con la mejor información estadística y geoespacial posible, centrada en el Callejero Digital (CDAU), el Sistema de Información de Poblaciones (SIPOB), el Nomenclátor Geográfico de Andalucía (NGA) y la cartografía urbana, entre otros proyectos.

Por su parte, la Diputación actuará como nexo para garantizar que esta información llegue de forma eficaz a los municipios, facilitando el contacto con los responsables municipales y organizando acciones formativas. De esta manera, se consolidará un flujo de información bidireccional y eficiente, fundamental para el desarrollo local.

Andalucía suma más de 20 autónomos cada día en el último año

► Rafael Amor: “Vamos a terminar el año con la cifra de 600.000 autónomos en Andalucía. Vemos que son datos muy positivos y pronostican que el verano será bueno en Andalucía, con una economía al alza y que posibilitará que la cifra de autónomos siga creciendo”

El número de trabajadores por cuenta propia se ha incrementado en más de 8.623 personas en el sexto mes del año respecto a junio de 2025 en Andalucía, lo que ha situado la cifra total de autónomos en la cifra récord de 591.218 personas. El presidente de ATA Andalucía, Rafael Amor, ha afirmado que “los datos conocidos en el día de hoy muestran que Andalucía sigue creciendo en autónomos, con un

incremento mensual de 772 personas, cifra que en lo que va de año asciende a 3.776 autónomos. Hay que destacar que ya somos más de 591.000 autónomos, cifra que vuelve a batir un récord histórico en este mes”. Andalucía, con 8.623 autónomos más, ha liderado el crecimiento entre las comunidades este mes de junio solo por detrás de Comunidad Valenciana (+10.434). De igual manera, los mayores incrementos por CCAA

se han registrado en Comunidad de Madrid (+5.898) y en Cataluña (5.823). Estas cifras han impulsado la cifra total de autónomos en España también al récord de 3.421.659 personas trabajadoras por cuenta propia. Por provincias, el número de autónomos ha aumentado en todas, destacando los aumentos, un mes más, de Málaga (+4.930) y Sevilla (+2.100). Por detrás, le siguen Granada (+593), Almería (+467), Cádiz (+217), Huelva (+151), Córdoba (+85) y Jaén (+81). “Posiblemente, vamos a terminar el año con la cifra de 600.000 autónomos en Andalucía. Vemos que son datos muy positivos y pronostican que el verano será bueno en Andalucía, con una economía al alza y que posibilitará que la cifra de autónomos siga creciendo”, ha añadido Rafael Amor. Por sectores, en el último año los mayores incrementos regionales se han registrado en actividades profesionales, científicas y técnicas (+2.754 autónomos) y en la construcción (+1.737). Por su parte, los sectores del comercio y

de la industria han sido los únicos que han registrado descenso del número de autónomos, con una pérdida de 1.989 personas y de 175, respectivamente. Según el género, porcentualmente el mayor incremento se ha registrado un mes más en el colectivo de autónomas (+2,2%), mientras que los varones han crecido un 1%. En términos absolutos, los varones han sumado 3.848 personas, mientras que las mujeres han sumado 4.775 autónomas más respecto a junio de 2025. **ANDALUCÍA SUMA 772 AUTÓNOMOS RESPECTO A MAYO** Respecto al mes anterior, en España, el número de autónomos ha crecido en más de 700 personas. Si nos fijamos por comunidades autónomas, casi todas cierran en tasa mensual en positivo, exceptuando País Vasco, Navarra o la Comunidad de Madrid, que respecto al mes anterior han perdido en junio un total de 142, 26 y 21 autónomos, respectivamente. Por otro lado, son reseñables los incrementos de Comunidad Valenciana (+1.580),

Cataluña (+1.189), Islas Baleares (+1.045), Extremadura (+915) y Andalucía (772). Estas comunidades suman casi el total del incremento de autónomos en el último mes y porcentualmente están por encima del crecimiento medio nacional que es del 0,2%. En Andalucía, el crecimiento de autónomos respecto a mayo de este año ha sido de casi 800 personas. Por provincias, las subidas más destacables se han registrado en Málaga (+658, +0,5%) y Cádiz (251, +0,4%). Sin embargo, se ha registrado una pérdida de autónomos en Sevilla (-148, -0,1%), Almería (-114, -0,2%) y en Córdoba (-111, -0,2%). El resto de provincias ha cerrado en positivo: Granada (+166, +0,2%), Huelva (+58, +0,2%) y Jaén (+12). Por sectores, los mayores incrementos, al igual que en tasa interanual, se han dado en la construcción (+399) y en actividades profesionales, científicas y técnicas (+295). Por el contrario, las mayores pérdidas en este mes se han dado en educación (-211), en transportes (-161) y en comercio (-124).

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, DICIEMBRE 2024- JUNIO 2025

	DICIEMBRE 2024	JUNIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	63.077	63.463	387	0,6
CÁDIZ	67.308	67.978	670	1,0
CÓRDOBA	54.513	54.695	182	0,3
GRANADA	69.284	69.646	362	0,5
HUELVA	29.744	30.095	351	1,2
JAÉN	42.378	42.840	462	1,1
MÁLAGA	137.835	141.611	3.776	2,7
SEVILLA	119.635	120.889	1.254	1,0
ANDALUCÍA	583.774	591.218	7.444	1,3
ESPAÑA	3.386.765	3.421.659	34.895	1,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, JUNIO 2024 - JUNIO 2025

	JUNIO 2024	JUNIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	62.997	63.463	467	0,7
CÁDIZ	67.761	67.978	217	0,3
CÓRDOBA	54.610	54.695	85	0,2
GRANADA	69.054	69.646	593	0,9
HUELVA	29.944	30.095	151	0,5
JAÉN	42.759	42.840	81	0,2
MÁLAGA	136.681	141.611	4.930	3,6
SEVILLA	118.789	120.889	2.100	1,8
ANDALUCÍA	582.595	591.218	8.623	1,5
ESPAÑA	3.386.432	3.421.659	35.227	1,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, MAYO 2025 - JUNIO 2025

	MAYO 2025	JUNIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	63.578	63.463	-114	-0,2
CÁDIZ	67.728	67.978	251	0,4
CÓRDOBA	54.806	54.695	-111	-0,2
GRANADA	69.480	69.646	166	0,2
HUELVA	30.037	30.095	58	0,2
JAÉN	42.828	42.840	12	0,0
MÁLAGA	140.952	141.611	658	0,5
SEVILLA	121.037	120.889	-148	-0,1
ANDALUCÍA	590.446	591.218	772	0,1
ESPAÑA	3.414.593	3.421.659	7.067	0,2

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN PARO, DICIEMBRE 2024- JUNIO 2025

	PARO DICIEMBRE 2024	PARO JUNIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	46.067	44.421	-1.646	-3,6
CÁDIZ	121.211	111.628	-9.583	-7,9
CÓRDOBA	54.320	52.475	-1.845	-3,4
GRANADA	70.647	67.278	-3.369	-4,8
HUELVA	34.074	31.454	-2.620	-7,7
JAÉN	35.793	35.470	-323	-0,9
MÁLAGA	119.074	110.009	-9.065	-7,6
SEVILLA	153.653	146.155	-7.498	-4,9
ANDALUCÍA	634.839	598.890	-35.949	-5,7
ESPAÑA	2.560.718	2.405.963	-154.755	-6,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN PARO, JUNIO 2024 - JUNIO 2025

	PARO JUNIO 2024	PARO JUNIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	49.315	44.421	-4.894	-9,9
CÁDIZ	122.255	111.628	-10.627	-8,7
CÓRDOBA	57.511	52.475	-5.036	-8,8
GRANADA	72.355	67.278	-5.077	-7,0
HUELVA	35.037	31.454	-3.583	-10,2
JAÉN	39.653	35.470	-4.183	-10,5
MÁLAGA	119.875	110.009	-9.866	-8,2
SEVILLA	158.247	146.155	-12.092	-7,6
ANDALUCÍA	654.248	598.890	-55.358	-8,5
ESPAÑA	2.561.067	2.405.963	-155.104	-6,1

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN PARO, MAYO 2025 - JUNIO 2025

	PARO MAYO 2025	PARO JUNIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	44.830	44.421	-409	-0,9
CÁDIZ	114.216	111.628	-2.588	-2,3
CÓRDOBA	52.574	52.475	-99	-0,2
GRANADA	68.334	67.278	-1.056	-1,5
HUELVA	30.794	31.454	660	2,1
JAÉN	35.823	35.470	-353	-1,0
MÁLAGA	112.572	110.009	-2.563	-2,3
SEVILLA	146.721	146.155	-566	-0,4
ANDALUCÍA	605.864	598.890	-6.974	-1,2
ESPAÑA	2.454.883	2.405.963	-48.920	-2,0

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- JUNIO 2025

ANDALUCIA	DICIEMBRE 2024	JUNIO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	367.704	371.660	3.956	1,1
MUJERES	216.070	219.558	3.488	1,6
TOTAL	583.774	591.218	7.444	1,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2024- JUNIO 2025

SECTORES ANDALUCIA	DICIEMBRE 2024	JUNIO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	61.072	61.221	149	0,2
INDUSTRIA	31.386	31.379	-7	0,0
CONSTRUCCION	59.332	61.222	1.890	3,2
COMERCIO	142.145	141.742	-403	-0,3
TRANSPORTES	32.343	31.927	-417	-1,3
HOSTELERIA	56.788	58.213	1.425	2,5
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.924	11.641	717	6,6
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.291	10.309	18	0,2
ACT. INMOBILIARIAS	11.800	12.174	374	3,2
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	50.412	51.927	1.514	3,0
ACT. ADMINISTRATIVAS	23.354	23.834	480	2,1
EDUCACION	16.618	16.824	206	1,2
ACT. SANITARIAS	24.952	25.464	512	2,1
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	13.359	13.869	510	3,8
OTROS SECTORES	38.997	39.473	476	1,2
TOTAL	583.774	591.218	7.444	1,3

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JUNIO 2024 - JUNIO 2025

ANDALUCIA	JUNIO 2024	JUNIO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	367.813	371.660	3.848	1,0
MUJERES	214.782	219.558	4.775	2,2
TOTAL	582.595	591.218	8.623	1,5

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, JUNIO 2024 - JUNIO 2025

SECTORES ANDALUCIA	JUNIO 2024	JUNIO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	60.490	61.221	732	1,2
INDUSTRIA	31.554	31.379	-175	-0,6
CONSTRUCCION	59.484	61.222	1.737	2,9
COMERCIO	143.731	141.742	-1.989	-1,4
TRANSPORTES	31.917	31.927	10	0,0
HOSTELERIA	58.184	58.213	29	0,0
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.486	11.641	1.155	11,0
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.299	10.309	10	0,1
ACT. INMOBILIARIAS	11.501	12.174	673	5,9
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	49.173	51.927	2.754	5,6
ACT. ADMINISTRATIVAS	23.275	23.834	559	2,4
EDUCACION	15.914	16.824	910	5,7
ACT. SANITARIAS	24.450	25.464	1.014	4,1
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	13.462	13.869	408	3,0
OTROS SECTORES	38.676	39.473	797	2,1
TOTAL	582.595	591.218	8.623	1,5

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, MAYO 2025 - JUNIO 2025

ANDALUCIA	MAYO 2025	JUNIO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	371.074	371.660	586	0,2
MUJERES	219.372	219.558	186	0,1
TOTAL	590.446	591.218	772	0,1

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, MAYO 2025 - JUNIO 2025

SECTORES ANDALUCIA	MAYO 2025	JUNIO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	61.236	61.221	-15	0,0
INDUSTRIA	31.359	31.379	20	0,1
CONSTRUCCION	60.823	61.222	399	0,7
COMERCIO	141.866	141.742	-124	-0,1
TRANSPORTES	32.088	31.927	-161	-0,5
HOSTELERIA	58.071	58.213	142	0,2
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	11.491	11.641	150	1,3
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.318	10.309	-9	-0,1
ACT. INMOBILIARIAS	12.077	12.174	96	0,8
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	51.632	51.927	295	0,6
ACT. ADMINISTRATIVAS	23.827	23.834	7	0,0
EDUCACION	17.035	16.824	-211	-1,2
ACT. SANITARIAS	25.348	25.464	116	0,5
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	13.817	13.869	52	0,4
OTROS SECTORES	39.459	39.473	14	0,0
TOTAL	590.446	591.218	772	0,1

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- JUNIO 2025

ALMERIA	DICIEMBRE 2024	JUNIO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	39.242	39.469	227	0,6
MUJERES	23.835	23.995	160	0,7
TOTAL	63.077	63.463	387	0,6

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2024- JUNIO 2025

SECTORES ALMERIA	DICIEMBRE 2024	JUNIO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	20.595	20.504	-91	-0,4
INDUSTRIA	2.180	2.181	1	0,0
CONSTRUCCION	5.307	5.440	133	2,5
COMERCIO	12.237	12.227	-10	-0,1
TRANSPORTES	2.882	2.825	-57	-2,0
HOSTELERIA	5.065	5.181	115	2,3
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	736	768	32	4,3
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	796	813	17	2,1
ACT. INMOBILIARIAS	757	791	34	4,6
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	3.604	3.675	71	2,0
ACT. ADMINISTRATIVAS	1.683	1.684	1	0,1
EDUCACION	1.422	1.423	2	0,1
ACT. SANITARIAS	1.691	1.736	46	2,7
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	900	919	18	2,0
OTROS SECTORES	3.223	3.297	74	2,3
TOTAL	63.077	63.463	387	0,6

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- Julio 2025



CEA avanza en el diseño de propuestas ante los desafíos actuales en materia de seguridad, salud laboral, bienestar e igualdad en las empresas



La Confederación de Empresarios de Andalucía ha celebrado un encuentro de expertos en el marco de su proyecto de Diálogo Social y Negociación Colectiva, con el objetivo de avanzar en la construcción de propuestas ante los desafíos actuales en materia de seguridad, salud laboral, bienestar e igualdad en el entorno empresarial.

El encuentro ha contado con la bienvenida institucional de Luis Fernández-Palacios, secretario general de CEA, y la presentación de los principales proyectos en prevención de riesgos laborales (PRL) a cargo de Lola Gessa, responsable del Gabinete de PRL y Consumo de la organización.

Por su parte, José Enrique Aparisi, coordinador territorial de pre-

vencción en Asepeyo, ha abordado la importancia de integrar la igualdad, la diversidad y la inclusión como pilares fundamentales en las políticas de prevención.

La sesión finalizó con un enriquecedor debate, concebido como preparación para las futuras mesas del Foro de Prevención que impulsa Asepeyo.

Desde la Confederación de Empresarios de Andalucía, agradecemos la colaboración de Asepeyo y de todos los participantes por su compromiso. Seguimos fortaleciendo alianzas que aportan valor real a nuestras empresas y promueven una cultura preventiva sólida y compartida.

Este proyecto está financiado por la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo y el SEPE.



CEA reclama rigor y compromiso en la gestión de las infraestructuras

CEA, como máximo representante de las empresas de Andalucía, ha expresado a través de un comunicado ampliamente recogido en los medios de comunicación, la profunda preocupación por el estado de las infraestructuras y de forma concreta, el malestar por las continuas y reiteradas incidencias

que afectan al servicio ferroviario de alta velocidad.

La lista de interrupciones del servicio es amplia, los retrasos e incertidumbres que, lejos de ser excepcionales, empiezan a consolidarse como una preocupante normalidad afectan a los usuarios de forma continua. Han dejado de ser molestias puntuales para virar a impactos reales y directos en la productividad, conciliación y en la confianza de los ciudadanos y empresas que apuestan, día tras día, por el transporte ferroviario como opción sostenible y eficiente.

Reuniones anuladas, citas médicas perdidas, oportunidades de negocio frustradas, costes ocultos para profesionales, empresas y administraciones...

«Invertir en mantenimiento, prevención y gestión de incidencias no es una opción, es una responsabilidad ineludible cuando se ostenta la gestión de un servicio público que vertebrá territorios, economías y proyectos personales» ha afirmado Javier González de Lara, presidente de CEA.

«Reclamamos a los responsables del Ministerio de Fomento y de Adif más rigor, más anticipación y más compromiso con los usuarios. El tren es —y debe seguir siendo— un pilar fundamental de la movilidad sostenible. Pero para ello necesita ser, ante todo, fiable» ha concluido el presidente de las empresas andaluzas.



CEA y ASEMESSA refuerzan su compromiso institucional

Tras la reciente elección de Francisco Torrent como nuevo presidente de ASEMESSA, la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa, ha manteni-

do un encuentro institucional con Javier González de Lara, presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), en un gesto que simboliza el firme compromiso de ambas entidades por intensificar su colaboración en defensa del sector agroalimenta-

rio andaluz, un sector que se enfrenta a retos muy importantes de carácter estratégico como son el inicio de las negociaciones de la Pre Pac 2027, las incertidumbres arancelarias entre EEUU y la UE y, con carácter estructural, la mejora en la gestión del agua, un recurso

necesario no sólo para la producción agraria, sino también para el propio desarrollo de la industria.

Javier González de Lara expresó su total disposición a respaldar las demandas del sector y a trabajar conjuntamente con ASEMESSA en la interlocución ante las

distintas administraciones públicas, tanto a nivel regional, como estatal y europeo.

A tal fin, puso de manifiesto el máximo interés que el sector agroalimentario tiene para CEA, como lo demuestra el hecho de la reciente activación de la Comisión de Agroindustria de CEA, con el objetivo de aunar esfuerzos en la defensa de los intereses de los industriales andaluces, dotando de mayor visibilidad e interlocución a sus demandas y necesidades.

Por su parte, Francisco Torrent, que estuvo acompañado por el secretario general de ASEMESSA, Antonio de Mora, trasladó al presidente de CEA la voluntad de la asociación de reforzar su papel dentro de la estructura de la Confederación de Empresarios de Andalucía, participando de forma activa en los foros de trabajo y posicionamiento estratégico, y contribuyendo con la experiencia del sector a la defensa de los intereses generales del tejido empresarial andaluz.

Esta reunión marca una nueva etapa en las relaciones entre ASEMESSA y CEA, consolidando una alianza clave para fortalecer la competitividad, sostenibilidad y proyección internacional del sector de la aceituna de mesa, uno de los pilares estratégicos de la agroindustria andaluza.

Raque Ruíz Galán: “Las empresas familiares son una parte esencial de la economía andaluza”

ENTREVISTA

RAQUE RUÍZ GALÁN
DIRECTORA GENERAL
DE SUPERMERCADOS
RUÍZ GALÁN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Ha sido usted recientemente galardonada con el premio FAME a la trayectoria empresarial. ¿Cómo valora este premio dada su juventud?

Para mí fue una gran satisfacción el que la Confederación Andaluza de empresas de alimentación y perfumería me propusiera para este galardón, así que imagínate la ilusión que me hizo, coincidiendo con el veinticinco aniversario de mi incorporación en la empresa. Desde que termine mis estudios he trabajado día a día con gran ilusión de mejora y crecimiento de la empresa familiar que fue fundada en 1977 por Juan Y Antonio Ruiz Galán, pero sobre todo he trabajado para poner en valor la figura de la mujer y la estabilidad laboral, en un sector muy feminizado, con poca formación y con muchas dificultades de conciliación por los horarios del sector comercio.

No es muy habitual que una mujer esté al frente de una gran compañía como es su caso. ¿Qué sello ha querido imprimirle y qué cree que ha mejorado desde que usted está al mando?

Desde que era una niña acompañe a mi madre cuando trabajaba en el supermercado así que mi vida ha estado siempre entorno al supermercado, donde he podido crecer conociendo de cerca a clientes, proveedores, empleados y como no a mi familia empresarial. Los años que estuve formándome fui clienta de otras firmas de las que iba tomando buena nota de las cosas que hacían muy bien y de las que no me gustaba nada como gestionaban las tiendas, así que cuando me incorporé a la empresa, grandes establecimientos competidores estaban montándose a las puertas de los nuestros. Tuve claro que el modelo de diferenciación en frescos, las mejoras de las condiciones laborales de la plantilla y el refuerzo de la estructura central para poder tener una marca propia



competitiva, debían ser los pilares del cambio. Desde el año 2000 se empezó con la formación de personal, contratación indefinida, mejo-

ras salariales y retribución variable y mejoras en conciliación laboral. El siguiente objetivo fue la gestión directa de carnicerías y fruterías.

Una vez consolidados los frescos, inicié un plan de reformas, ampliaciones y mejoras de nuestros establecimientos para adaptarlos a las nuevas demandas del mercado; mejoras en eficiencia energética, cambio de gases fluorados, accesibilidad, iluminación. Como objetivo me planteé una apertura por año, tenía claro que en un modelo de bajos márgenes las economías de escala son base para nuestro negocio. Crecer no es una opción, era una necesidad a largo plazo para poder permanecer en un sector tan maduro.

El modelo de empresa familiar está casi desapareciendo. ¿Por qué cree que hay que reivindicar su papel dentro de la economía andaluza?

Las empresas familiares son una parte esencial de la economía andaluza, al representar más del 90% de su tejido empresarial, el 78% del valor añadido bruto (VAB) y el 83% del empleo total de la región. El peso de estas compañías en el tejido productivo de la comunidad es además superior al de la media española, donde, a pesar de tener la misma representatividad dentro del total de empresas, muestran unas tasas de contribución al empleo y al VAB algo inferiores, según los estudios publicados en su momento por el Instituto de la Empresa Familiar (IEF).

Para mí parecer es muy importante lo que los empresarios transmitimos a nuestros hijos sobre el trabajo, el esfuerzo y la dedicación que requiere el dedicarse a este mundo tan apasionante; no todo es negativo, al contrario, y muchas veces es lo que las siguientes generaciones perciben. El valor de lo que construimos desde la nada, la contribución a la sociedad, los puestos de trabajos que se generan,

la ilusión de hacer las cosas a tu manera, gestionar tu tiempo, metas.

Destacar también como en una empresa familiar el valor de equipo, de familia, se inculca en el trabajo. Cada persona se conoce por su nombre, no es un número, como suele ocurrir en las grandes compañías. Esto es un valor diferencial, repercute de manera positiva en el bienestar personal.

Como mujer empresaria. ¿Qué cree que queda por hacer en el mundo empresarial femenino?

No soy partidaria de diferenciación de sexo, porque entiendo que ya la naturaleza nos hizo diferentes y no tenemos las mismas cualidades y diferentes capacidades, pero esta claro que aun nos queda mucho por seguir reivindicando. Hay sectores productivos aún muy masculinizados. La corresponsabilidad en el hogar es algo que hay que seguir trabajando para que las siguientes generaciones puedan seguir creciendo profesionalmente sin tener que sacrificar metas personales.

A nivel personal ¿Cuánto de su vida ha tenido que sacrificar por estar al frente de su empresa?

Sobre todo, horas de sueño y momentos a mis hijos. Soy persona muy exigente conmigo misma y eso me ha llevado a tener que adaptarme en cada momento según mi situación personal para poder atender a mi responsabilidad en la empresa, y al final sacrificas tiempo personal, pero cuando sigues sin llegar a todo lo que tienes proyectado, terminas sacrificando descanso y tiempo a la familia.

Durante 9 años me dediqué a la política, siendo concejal liberada del equipo de gobierno de mi ciudad natal, trabajando en la empresa familiar y fui madre por aquel entonces de mis tres hijos, Darío, Álvaro y Lola.

Tengo la suerte de que mi familia me ha ayudado mucho, soy organizada y siempre he fijado objetivos claros y metas alcanzables, constante y trabajadora, así que me siento muy afortunada de haber alcanzado la mayoría de mis metas tanto personales como profesionales.

La gran ventaja de ser directiva es que puedes organizarte como quieras, pero siempre atendiendo tus responsabilidades.

En su empresa ¿hay relevancia familiar femenina?

Mi hija Lola actualmente, aunque aún es muy jovencita, es la única mujer de la familia y con muchas opciones para poder liderar el proyecto.

Tiene muchas cualidades innatas, muy inteligente, extrovertida y líder, pero aun con 14 años, no tiene claro a que se va a dedicar. Para mí lo más importante es que aprenda a ser buena propietaria y que profesionalmente se desarrolle en lo que le haga feliz.



Corrupción y Torrente

Las tórridas temperaturas que estamos sufriendo en la mayoría del país no tienen ni punto de comparación con lo tórrido de la actualidad política. Como si de un thriller de moda de cualquier plataforma de entretenimiento online se tratara, los últimos meses y, especialmente las últimas semanas, dejan un panorama que parece ficción.

Cuando parecía que los grandes episodios de corrupción y fraude llevados a cabo por políticos de gran escala quedaban en tiempos lejanos, y los casos como Gürtel, Púnica o ERE de Andalucía ya formaban parte de un pasado superado y de la hemeroteca reciente de España, aparece una supuesta trama dentro del actual Partido Socialista Obrero Español con el foco en los que eran los dos hombres de confianza del presidente del Gobierno, sus ya antiguos secretarios de

organización. Audios mediante, los españoles hemos podido acreditar cómo contaban “los dineros” y repartían por miles para su rédito y satisfacción personal, un dinero de todos los contribuyentes que también implica, supuestamente a algunas empresas y empresarios. Todo ello sin que quede claro, al menos por el momento, si ha habido o no una financiación ilegal.

Pero, por si fuera poco, estos personajes que se han proclamado feministas a los cuatro vientos, dentro y fuera de las instituciones, se han tomado la libertad de dedicarse, siempre supuestamente, a emplear parte de esos recursos económicos robados a los españoles en prostitución. Duele, y vaya si duele, ver a aquellos que han levantado la bandera del feminismo desde lo alto de un rascacielos actuar ahora como si de una película de Torrente salieran, utilizando a

mujeres como si fueran objetos con los que comercializar. Dinero y prostitución, suena tan rancio que parece sacado de épocas pretéritas.

Se nos ha quedado el peor de los escenarios posibles: aquellos que sacaron al anterior partido por corrupción, siendo corruptos. Y todo ello en el seno del gobierno central. Mientras, los ciudadanos asistimos perplejos a un espectáculo bochornoso, un circo donde cada día hay un payaso protagonista diferente. Audios, mensajes, documentos, escuchas, acusaciones... hasta cárcel sin fianza. Si esto es lo mejor que tiene que ofrecernos la política, ¿qué podemos ofrecer nosotros como ciudadanos? ¿Cómo van a volver a dar lecciones de moral a aquellos que no estamos es la vida pública? Y las empresas que cumplen con todas y cada una de sus obligaciones, ¿con qué cara se quedan? Lamentable, todo es lamentable. Y, lo más triste de este fatídico escenario es que, probablemente, queda muchísimo por conocer.

Mismos delitos, diferentes personajes, mismos escenarios, diferentes décadas.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

Relevo generacional: que mañana no sea ya tarde

OPINIÓN

FRANCISCO BERNAL

CEO DE SP GROUP Y
VOCAL DE AJE CÓRDOBA

in Francisco Bernal Cortés

Soy empresario. Trabajo codo con codo con mi hermano y mi primo y antes que nosotros estuvieron mi padre y mi tío. Eso quiere decir que en mi día a día conviven pasado, presente y futuro. No hay nada más real que eso cuando hablamos de relevo generacional.

Y sin embargo, parece que seguimos tratando este tema como si fuera algo lejano, algo que ya se resolverá. Aviso: no se resuelve solo. El traspaso de una empresa de una generación a otra no se improvisa, no es automático y, desde luego, no es un proceso sentimental. Es una decisión estratégica. Y como tal, hay que prepararla, hablarla y ponerle foco desde mucho antes de que “llegue el momento”.

Hace unos días, AJE Andalucía y el IMDEEC celebraron en Córdoba el I Congreso ‘Conectando Generaciones’. Más de

400 personas asistieron a un encuentro que no fue un evento más: fue una llamada de atención. Empresarios veteranos, jóvenes emprendedores, expertos de distintos sectores y territorios coincidimos en algo muy claro: o tomamos en serio la sucesión empresarial o perderemos muchas más empresas de las que imaginamos.

No es heredar un despacho, es asumir un liderazgo

En el congreso, José Miguel Caballero, de San Telmo Business School, lo dijo sin rodeos: si no hay formación, si no hay un plan, el relevo es un salto al vacío. Una empresa familiar tiene una base emocional potente, pero también una complejidad brutal: relaciones personales, visiones distintas, tiempos que no siempre coinciden.

No basta con decir “esto será para ti”. Hay que formar, compartir, abrir espacio a nuevas ideas y marcar bien los roles. En nuestro caso, tenemos claro que la continuidad de SP Group se basa tanto en lo que heredamos como en cómo lo reinventamos cada día. Esa es la clave: respeto por lo construido, pero sin miedo a cambiar lo necesario.

Más que llevar apellido, el relevo debe llevar visión

Una de las mejores reflexiones que salió del congreso fue esta: hay que romper con la idea de que el relevo solo puede venir de casa. Esa mentalidad ha llevado al cierre de muchas empresas viables. El talento puede venir de fuera y eso no resta valor a lo que una familia ha creado. Al contrario, lo potencia. Lo protege.

Durante las 36 reuniones B2B que se organizaron en el congreso, vimos cómo jóvenes con ganas, ideas y preparación se sentaban a hablar con empresarios que buscaban dar el relevo, pero no sabían cómo. ¿El resultado? Nuevas conexiones, nuevas oportunidades. Y sobre todo, la sensación de que hay más formas de continuar un proyecto que solo el camino tradicional.

Es tu equipo, es tu entorno, es tu territorio

Cuando una empresa desaparece por falta de relevo, no solo se pierde una marca. Se pierde empleo, se pierde estabilidad en proveedores, se pierde experiencia, se pierde identidad. Es decir, perdemos todos.

Por eso creemos y creo que este asunto no es solo empresarial. Es también económico, social y territorial. Desde AJE lo decimos claro: hace falta una mirada pública, herramientas que faciliten el traspaso, incentivos que animen a planificar a tiempo, puentes que conecten generaciones con visión empresarial.

El Congreso ‘Conectando Generaciones’ ha sido una sacudida necesaria. Ojalá se

repita. Ojalá muchas más voces se sumen. Porque cada sucesión bien planificada y ejecutada es una empresa que no se apaga. Y eso es mucho más que un logro interno: es un triunfo colectivo.

Y si tienes una empresa familiar y esto te resuena, ya sabes lo que toca: habla, planifica, actúa. Mañana puede ser tarde.



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: Elena Moreno

Marketing y Tecnología: José Luis Martínez

Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: direccion@tribunadeandalucia.es

redaccion@tribunadeandalucia.es

publicidad@tribunadeandalucia.es

nº42 | Depósito Legal: SE 321-2022

Imprime: BERMONT

La importancia de la sostenibilidad empresarial: raíces que nos anclan al futuro

OPINIÓN

CARMEN ROMÁN RECHE

SOCIA FUNDADORA DE BIO CRISARA Y FERCRISA AGRO SL.
VICEPRESIDENTA DE ECOVALIA

A veces me preguntan por qué decidí quedarme en Chirivel, un pequeño rincón de la comarca de Los Vélez, cuando tantas personas jóvenes se marchaban buscando oportunidades fuera. Yo suelo responder lo mismo: porque aquí encontré una forma de vida con sentido. En un mundo cada vez más desconectado de la tierra, decidí echar raíces y apostar por un modelo empresarial que primase la sostenibilidad desde un punto de vista amplio e integrador. No ha sido fácil, pero después de veinticinco años desde luego que ha merecido la pena.

Hace tres décadas hablar de sostenibilidad, producción ecológica, cambio climático o responsabilidad social corporativa era prácticamente como hablar en otro idioma. En la actualidad, cada vez somos más consciente de los desafíos ambientales, sociales y económicos que se nos presentan. No cabe duda de que es responsabilidad de toda la sociedad movilizarse activamente frente a esos desafíos, pero son las empresas principalmente, las que juegan un papel fundamental en la construcción de un futuro sostenible. La integración de prácticas responsables no solo responde a una necesidad ética, sino que también se ha convertido en un imperativo estratégico para garantizar la competitividad en un mercado global.

Si nos centramos en el mundo Agro, Andalucía está liderando un modelo agroalimentario más justo, innovador y verde. Contamos con condiciones climáticas únicas, con un conocimiento ancestral del campo y con mujeres y hombres que aún creen en la economía real y que apuestan por mantener vivos nuestros pueblos.

Andalucía no es solo una tierra fértil en tradiciones, sino también en innovación agroecológica. Según los datos publicados el pasado abril en el último informe anual sobre producción ecológica de Ecovalia, somos la comunidad autónoma con mayor superficie dedicada a la producción ecológica de toda España, y una de las regiones más destacadas a nivel europeo. Más del 50 % del total nacional de tierras ecológicas están aquí, en nuestro suelo, gestionadas por miles de personas comprometidas con un modelo productivo que respeta el equilibrio natural y apuesta por el futuro.

Esta posición de liderazgo no es casualidad: responde a décadas de trabajo silencioso de pequeños productores, cooperativas y asociaciones que creímos en la producción ecológica mucho antes de que se pusiera de moda y cuyo resultado ha sido que la agroecología se haya consolidado no solo como una opción sostenible, sino también como un motor económico real, generando empleo estable, arraigo territorial y valor añadido.

A pesar del camino andado, y desde una visión más amplia, qué duda cabe que nuestra tierra se enfrenta actualmente a desafíos y oportunidades en su camino hacia la sostenibilidad. Aspectos como son la transición energética o una gestión eficiente del agua, así como su reparto justo, se han convertido en aspectos fundamentales para garantizar un futuro más sostenible y equitativo.

Este enfoque se alinea estrechamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas en su Agenda 2030. Los ODS representan un marco global para erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar la prosperidad para todos. Las empresas, como actores clave en la economía, tienen la oportunidad y la responsabilidad de contribuir activamente a estos objetivos, integrando prácticas sostenibles en sus operaciones diarias.

Como es habitual, todo lo que viene impuesto por un marco normativo genera rechazo, aunque seamos conscientes de la urgencia en actuar con una visión global donde la sostenibilidad deje de ser una opción para convertirse en una obligación, pero no en una obligación legislativa sino en una obligación ética.

Ahora bien... ¿y si transformamos esa obligación en una oportunidad? ¿Y si somos conscientes que el mundo y los mercados cambian y que remar en contra no nos lleva a puerto?



Aquí es donde surge ese cambio de paradigma que debe imperar en la visión empresarial y que nos puede ofrecer oportunidades en situaciones aparentemente de amenaza.

Creo que el tejido empresarial tiene la oportunidad de demostrar, una vez más, que además de ser un sistema generador de empleo y riqueza, lo hace con una visión estratégica y a la vanguardia, alineada con las necesidades de este mundo globalizado que pide a gritos soluciones inmediatas.

Esta visión debe ir un paso más allá de la visión más simplista que es la meramente reactiva, donde nos limitamos a cumplir un marco normativo impuesto, a veces también con poco acierto o tan genérico que dificulta su adaptación a la amplia singularidad de nuestro sector empresarial.

Es aquí donde surge una nueva forma de concebir los negocios, transformar el marco legislativo en un marco inspirador para dar una respuesta proactiva. Es desde esta perspectiva cuando la apuesta por la sostenibilidad además redonda en una mejor gestión de los procesos, ahorro de costes, eficiencia energética, reducción del desperdicio, etc... haciendo de esta forma más eficientes y competitivas nuestras compañías.

Es un concepto mucho más amplio que la ya conocida responsabilidad social corporativa y de donde emanan nuevos criterios y

nuevas herramientas, como la metodología ESG (Environmental, Social and Governance), que surge como una nueva forma para evaluar y mejorar el desempeño de las organizaciones en estos ámbitos. A través de criterios específicos, las empresas pueden medir su impacto ambiental, su responsabilidad social y la calidad de su gobierno corporativo, promoviendo una gestión más transparente y responsable.

La adopción de estos estándares no solo favorece a la reputación corporativa, sino que también atrae inversiones que valoran la sostenibilidad como un factor determinante en sus decisiones. Estas organizaciones no solo cumplen con las expectativas sociales y regulatorias, sino que también generan valor a largo plazo, fomentando un desarrollo económico que respeta los límites del planeta representando una oportunidad para transformar los desafíos globales en oportunidades de crecimiento y liderazgo responsable.

Las compañías y, en definitiva, los directivos que lideren e integren estos conceptos en su estrategia corporativa, harán que sus empresas estén mejor preparadas para afrontar una revolución conceptual cada vez más cercana, contribuyendo a un mundo más justo, sostenible y próspero para las generaciones venideras.

OPINIÓN

CURRO RODRÍGUEZ

GLOBAL CEO LY COMPANY & LY
HOLDING CAPITAL
AUTOR DEL LIBRO "EL APRENDEDOR"

Hace años leí una definición brutalmente certera de Jean d'Ormesson sobre la "ineptocracia":
"El sistema de gobierno en el que los menos preparados para gobernar son elegidos por los menos preparados para producir. Y los menos preparados para procurarse su sustento, son regalados con bienes y servicios pagados con los impuestos del trabajo y riqueza de unos productores en número descendente."

Es decir, una democracia degenerada. Una perversión del sistema que inventaron los sabios atenienses para que los mejores gobernarán con criterio y conocimiento. Hoy, sin embargo, es todo lo contrario: gobiernan los más mediocres, los más sumisos y los más obedientes a la estructura partidista.

La partitocracia ha sustituido a la democracia. Ya no elegimos ideas, sino marcas políticas; no premiamos el talento, sino la lealtad ciega al líder de turno. Los partidos han dejado de ser plataformas de pensamiento que generen ideas para convertirse en ideales y obediencia. El mérito, el pensamiento libre y crítico está siendo enterrado.

El espectáculo bochornoso que ofrecen cada día los representantes del Congreso no es una anécdota, es el síntoma de una enfermedad profunda. Y ante ese escenario, los empresarios honestos tenemos la obligación de mantenernos firmes. No somos apolíticos —porque vivimos en el mundo—, pero sí debemos ser apartidistas. La empresa no tiene color político, tiene una misión: generar valor, empleo, riqueza. Y para eso hace falta inteligencia estratégica y temple moral. No sumisión.

Es, desde esa distancia crítica, que escribo estas líneas. Porque antes que empresario, antes que líder, uno tiene que ser buena persona. Y para serlo, hay que tener principios. El primero de ellos: no vender tu alma por un sueldo o un puesto. Hay muchísimos políticos y funcionarios honestos, valientes, miles de alcaldes, concejales y gestores que se llaman Pepe, Antonio, Ana o Jordi que ni siquiera cobran y que luchan por hacer lo correcto, incluso cuando su partido se lo impide o impela. A todos ellos, que son muchos debemos respeto y admiración; pero incluso muchos de ellos ven con normalidad la disciplina de votar al líder impuesto y los malos ven con normalidad la corruptela; no es que delincan, es que no tienen sensación de ser delincuentes y raptos de los ideales de un pueblo.

La sensatez ha sido arrasada. El esfuerzo, ridiculizado. El mérito, criminalizado. Hemos creado una sociedad que no quiere incomodarse, que prefiere vivir de la queja que asumir su responsabilidad. Y bajo el disfraz de una falsa igualdad, se impone una nivelación por abajo, que mata el talento,



La ineptocracia y el colapso del mérito

el esfuerzo y el mérito. Como si premiar la vagancia fuera justicia social.

No somos iguales, y esto va también para muchos empresarios y emprendedores. Algunos se esfuerzan, otros se tumban. Algunos estudian, trabajan, arriesgan. Otros esperan. Y no, no se merecen lo mismo. La igualdad de oportunidades es un cheque en blanco para la mediocridad. Ortega y Gasset lo advirtió: -una sociedad está condenada al colapso cuando los ideales pisotean la meritocracia-. Y añadió, -que ser de derechas o de izquierdas será solo una de las múltiples maneras que tiene el ser humano de ser imbécil con hemiplejía moral-.

Vivimos en un país (no se si el único) en el que amar tu bandera es una provocación. Donde media nación reniega de su identidad y la otra media la instrumentaliza. Un país dividido, no ya por ideologías,

sino por resentimientos. Un país que no ha hecho las paces con su historia y sigue cavando trincheras con fantasmas de hace 90 años. Y mientras tanto, el presente se desmorona y el futuro se esfuma.

Reverte dice que España tiene una habilidad prodigiosa para autodestruirse y para sobrevivirse. Pero ahora el daño es estructural. Porque los líderes no lideran y los ciudadanos no reaccionan. *Porque hemos normalizado lo anormal.*

Desde Fernando VII con su debilidad, pasando por Franco con su tiranía y atraso, Zapatero, reavivando el odio entre españoles o Rivera con su egocentrismo creyéndose puerta cuando era una bisagra esencial para España, hemos padecido una sucesión de personalismos narcisistas, cobardes o vengativos. Pero el momento actual los supera a todos. Porque ya no es solo un líder equivocado, es un sistema podrido. Un ecosistema que devora a sus mejores y encumbra a sus peores, una *ineptocracia*.

Y todo esto también es un cáncer para la empresa. Porque sin estabilidad, sin seguridad jurídica, sin estímulos a la creación de riqueza, no hay empresa posible. Y sin empresa, no hay empleo. Y sin empleo, no hay consumo. Y sin consumo... no hay país.

España es una nación en la que el 99% de las empresas tiene menos de 20 trabajadores. Y el 99,9%, menos de 200. Somos un país de micro pymes y autónomos, de luchadores diarios, de gente que madruga, arriesga, crea. Pero solo el 37% de la población (empresarios y empleados privados) sostiene con sus impuestos al resto. Un resto cada vez más amplio, más dependiente, más exigente, mientras que los pocos que tienen y crean riqueza los demonizamos y los echamos de España como si eso fuera un castigo para ellos y un bálsamo para los mediocres.

Y si no lo paramos, no quedará nada. Imagina que un día te levantas y no hay Ni gasolineras. Ni bares. Ni tiendas. Ni empresas. Ni hospitales y por ende... Ni pensiones. *Porque todo lo que te llega gratis, lo ha pagado alguien que no lo recibió gratis.*

No hay que imaginarlo. Solo hay que abrir los ojos. Porque el futuro ya no es una promesa. Es una amenaza. O recuperamos el respeto por la excelencia, la cultura del trabajo, la dignidad del que produce... o prepárense para el apagón.

Porque Europa dejó hace tiempo de estar en centro del mundo, somos más caros y menos competitivos que el resto.

Si no recuperamos el valor del liderazgo real —ese que no se impone, sino que inspira y crea más líderes— no solo nos quedaremos sin trabajo por el que luchar, sino sin sociedad en la que merezca la pena convivir. Hombres y mujeres que eleven a otros, que multipliquen referentes, que construyan una comunidad fuerte y libre donde el esfuerzo sea orgullo y no castigo. Basta ya de inútiles incapaces de brillar, qué se dedican a apagar a los que sí pueden. Si no protegemos a nuestros cracks, si no premiamos a los que se dejan la piel, acabaremos todos gobernados por mediocres que solo saben sobrevivir aplastando el talento ajeno. Y eso, sencillamente, es el suicidio de una nación.



Andalucía ante el reto de la sostenibilidad

OPINIÓN

M^a JOSÉ ANDRADE ALONSO

PERIODISTA Y DIRECTORA DE LA REVISTA MUJERES VALIENTES

 Maria Jose Andrade Alonso

 @Mjandrade_News

Hasta hace apenas unos años, hablar de sostenibilidad era como tener una conversación sobre el “tiempo atmosférico”. Hoy no es una opción el no saber qué significa la sostenibilidad, sino que es más una necesidad tener el más mínimo conocimiento. No hay conversación o corrillo que se precie en el que no se hable de “ésta”, pero ¿saben de verdad todo lo que abarca e indica?

La sostenibilidad es mucho más que la protección del medio ambiente. La sostenibilidad implica un equilibrio entre la cohesión social, la preservación de los recursos naturales y el desarrollo económico. ¿Difícil?, mucho. ¿Imposible?, nunca porque la sociedad debe realizar el trabajo de crecer y crecer sin agotar su entorno. Un entorno que si es bien gestionado, puede generar riqueza y beneficiar a las futuras generaciones, que serán quienes continuarán con lo que se establezca en el presente.

Este es el contexto actual y en el que Andalucía ocupa un lugar estratégico por su riqueza natural, con espacios únicos como el Parque de Doñana, Sierra Nevada o las marismas del Guadalquivir y la Sierra de Cazorla, que la convierte (NOS CONVIERTE) en un territorio privilegiado, pero también especialmente vulnerable. La región cuenta con un enorme potencial para liderar la transición ecológica y así ha sido entendido por todos; algo que nos posiciona como referente en energías renovables, especialmente la solar y la eólica.

Este es un momento en el que hay que decidir, por lo que la sostenibilidad no puede seguir siendo un discurso abstracto y traducirse en políticas valientes, inversiones inteligentes, formación continua y profesionalización y, por supuesto implicar para que los andaluces seamos la ciudadanía involucrada con una escenario, absolutamente novedoso.

Ya se están dando pasos como fijar como meta el 2030 para que el 82% de la electricidad generada en la región provenga de energías limpias. Nuestra comunidad ha logrado el 85% del objetivo de reducción de emisiones de CO₂ y ha superado el 50% de la meta

de eficiencia energética en edificios públicos. Actualmente se están impulsando proyectos industriales vinculados a la transición energética y son muchas las empresas privadas que han sido reconocidas por su compromiso con la sostenibilidad, y provincias como Huelva, que destaca como polo industrial verde, concentrando el 44 % de las inversiones en tecnologías limpias y descarbonización.

Pero ¿saben qué? Que la sequía continúa siendo uno de los principales problemas estructurales de la región, y aunque las lluvias recientes, de este pasado mes de marzo en el que ha caído el agua casi sin interrupción, aliviando la situación; la recuperación puede ser lenta, además de requerir una gestión más eficiente del agua.

Tenemos que decir que Andalucía ha aprobado una Ley de Economía Circular pionera a nivel nacional (2023), acompañada de una Estrategia Andaluza de Economía Circular. La Junta ha movilizado más de 146 millones de euros en subvenciones para apoyar a los ayuntamientos en proyectos como la recogida selectiva de biorresiduos, la mejora de plantas de tratamiento y la reducción de residuos. Además, el Observatorio Municipal para la Transición hacia la Economía Circular (OMECA) ofrece herramientas de autodiagnóstico y planificación para que los municipios evalúen y mejoren su circularidad.

Ya lo hemos dicho antes, para que todo esto sea, es indispensable y fundamental educación ambiental, como el programa ALDEA. Una propuesta educativa impulsada por la Junta de Andalucía, donde se promueve esta iniciativa, abordando temas como el uso del agua, y el estudio y conocimiento del cambio climático y la biodiversidad, la educación tiene y debe llegar a las empresas. Empresas que, según el Pacto Mundial de la ONU, el 85 % de las empresas andaluzas ya realiza acciones alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y a la que se tienen que sumar todas para llegar al 100%.

A pesar de los avances, Andalucía aún enfrenta importantes obstáculos para consolidar un modelo de desarrollo verdaderamente sostenible porque: falta financiación estable y específica, muchos tienen la sensación de que existe descoordinación institucional entre las distintas administraciones, lo que dificulta la implementación de políticas integrales, y el marco legislativo es muy complejo y, lo más llamativo, cambiante, lo que ralentiza la ejecución de iniciativas... Y sí, lo volvemos a repetir: DÉFICIT DE FORMACIÓN, tanto en la ciudadanía como en sectores productivos que no son conscientes de las exigencias y los beneficios de la sostenibilidad.

De nada sirve leyes cuando apenas queda tiempo para llevar a cabo la transformación profunda de sectores que son básicos para Andalucía como son el turismo, el transporte y la agricultura intensiva.

Sectores vitales que tenemos que repensar porque no podemos convertir a Andalucía en un destino turístico sostenible sin una gestión más respetuosa con lo que es nuestro y queremos mostrar a los demás. No podemos dejar de depender de nuestros coches por falta de infraestructuras de transporte que limita y aisla a zonas rurales que ofrecen oportunidades únicas que se desaprovechan



porque llegar a veces se hace insostenible (y lo cuenta una a la que costó ir y volver a Úbeda desde Sevilla en el día, once horas y sin comer -¡OJO A ÚBEDA!- Y no podemos reducir el impacto ambiental sin avanzar hacia modelos como la agroecología (mirémos en espejos de otros países que lo llevan haciendo desde hace tiempo... No pasa nada por copiar)

Este es el lienzo, y ahora debemos coger el pincel (perdón por el símil, pero es así como debemos verlo): Con perspectiva y miras altas porque todo esto va a ser un trabajo ingente. Un trabajo que requiere de una alianza real entre administración, empresas, centros educativos y ciudadanía. Sólo así, con esta visión compartida y una acción coordinada será posible construir una Andalucía más justa y respetuosa con su entorno.

El tiempo de las buenas intenciones ha pasado. Es el momento de transformar, de construir, y de tomar decisiones que van a marcar y cambiar el rumbo de Andalucía en las próximas décadas.

Y sí es Andalucía la que debe marcar el camino y la senda a seguir. No basta con tener la voluntad de porque es el momento de transformar los compromisos en políticas reales, de pasar de lo que está en el papel a la acción.

Andalucía tiene todo lo necesario para liderar este cambio: talento, recursos, conciencia social y una identidad profundamente ligada a la tierra, personalidad, o eso que muchos llaman idiosincrasia. Una posición que si sabe aprovecharla no sólo la va a llevar a convertirse en una región única, sino en un modelo que va a inspirar al mundo porque va a ser el ejemplo de una Andalucía que busca el equilibrio en el respeto por el entorno, las personas y su propia historia. Una Andalucía, y eso es lo más importante, que no compite por ser la más grande, sino por ser la más comprometida y coherente con lo que fuimos, somos y queremos ser.

Fuentes: Agencia Andaluza de la Energía, Junta de Andalucía, Plan general de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, Ministerio para la Transición Ecológica.

La sombra rentable: el valor de las pérgolas para el verano andaluz

OPINIÓN

ANDREA

GARCÍA-TAPIAL

DPTO. COMUNICACIÓN Y
MARKETING DIGITAL
iSOLAR SOLAR ENERGY
SOLUTIONS, S.L.

► Con patente propia y lanzamiento próximo, Pergo by iSolar prepara una apuesta bioclimática para chiringuitos, hoteles, bares, campamentos y particulares

Andalucía cerró 2024 con un récord de 36,2 millones de turistas y un impacto económico de 30 000 millones de euros, según El País, que señala además que el turismo representa el 12 % del PIB regional y da empleo al 12,9 % de la población. Este volumen de visitantes echa luz sobre la necesidad de dotar a los espacios al aire libre; terrazas, patios y zonas de acampada; de soluciones que combinen confort, estética y sostenibilidad, sin disparar los costes operativos.

En los chiringuitos de la costa, donde el flujo de clientes alcanza su cenit a mediodía, la instalación de una pérgola bioclimática aporta más que sombra: atenúa la radiación UV y mejora la ventilación pasiva, reduciendo la sensación térmica hasta en 8 °C. Esa menor dependencia de climatizadores eléctricos se traduce en un ahorro energético de hasta un 20 % durante las horas punta, disminuyendo significativamente la factura eléctrica. Al mismo tiempo, prolonga la estancia media de los bañistas y comensales, lo que impulsa la facturación en bebidas y servicios de barra sin necesidad de inversiones constantes en refrigeración.

Para los hoteles con zonas de desayuno o cóctel en el exterior, la pérgola se convierte en un elemento estratégico de ahorro y valor añadido. Al evitar el sobrecalentamiento de patios y jardines, reduce el uso de aparatos de climatización en zonas comunes, rebajando el coste energético anual. Además, eleva la percepción de calidad al ofrecer espacios frescos y confortables durante más horas, lo que suele traducirse en mejores opiniones en plataformas de reserva y un incremento de reservas repetidas.

En las terrazas urbanas de bares y cafeterías, una pérgola bien diseñada no solo es un reclamo estético: asegura un entorno fresco que mantiene la temperatura estable sin recurrir a ventiladores o climatizadores portátiles. Este ahorro en consumo eléctrico puede rondar el 15 % en los meses de verano, liberando presupuesto para mejorar la oferta gastronómica o ambientar el local, y fomentando la fidelización de clientes que valoran la comodidad y la originalidad del espacio.

Incluso en los campamentos de verano, donde cada kilovatio cuenta, las pérgolas aportan un doble beneficio: protegen a participantes y equipamiento, y reducen

el coste asociado a generadores o sistemas de aire portátil. Al mantener las zonas de actividad y descanso más frescas de forma natural, optimizan la gestión energética global y mejoran la experiencia diaria de monitores y niños sin necesidad de inversión extra en energía.

Para los particulares, disponer de una pérgola bioclimática implica transformar patios y terrazas en auténticas estancias exteriores que, gracias a su diseño y funcionalidad, permiten un ahorro de hasta el 25 % en climatización interior al mantener las ventanas y ventanales más frescos. Espacios de desayuno, estudio o reunión de amigos se disfrutan más tiempo, con un impacto positi-

vo en la factura eléctrica y una menor huella energética en el hogar.

Con la recién otorgada patente de Pergo by iSolar, la empresa iSolar encara la fase de pruebas piloto para hacer realidad esta solución bioclimática. Su diseño modular y adaptable permitirá a emprendedores, hosteleros y propietarios particulares instalar estructuras de sombra capaces de responder al viento, la lluvia y la trayectoria solar, todo ello sin renunciar al estilo ni a la eficiencia energética. El lanzamiento, previsto tras las pruebas reglamentarias, aspira a ofrecer una respuesta integral al reto de convertir el espacio exterior en el gran protagonista del verano andaluz.



 iSolar. Pásate al **AUTOCONSUMO**

Ofrecemos la mejor relación calidad precio



info@isolarenergia.es 633 652 640

El equilibrio del progreso

La sostenibilidad es sinónimo de eficiencia. Una empresa sin digitalizar, sin establecer un plan energético sostenible, que no hace un consumo responsable del agua o que no fomenta una movilidad sostenible, es una empresa poco competitiva.

Y es que el cuidado del medio ambiente ha pasado, en relativamente pocos años, de ser un reclamo publicitario para algunas empresas, a convertirse en un requisito exigido por los clientes. De ser práctica bien valorada, a una necesidad ante el consumidor final. Una empresa que no es medioambientalmente eficaz es una empresa poco fiable.

En Andalucía esta doctrina ha ido permeando poco a poco en el tejido empresarial de nuestra región y, cada día, más industrias están adquiriendo prácticas respetuosas con nuestro entorno. No hablo solo de cerrar el grifo o de reciclar papel (que también), sino de implantar sistemas digitales que ayuden a optimizar recursos, dar una segunda vida a los recursos, es decir reutilizar o reusar, extendiendo así su vida útil. Además de otras medidas que nos permitan generar una huella de carbono lo más reducida posible.

Como ingeniero técnico industrial, he tenido la oportunidad de observar de cerca cómo la innovación y la ingeniería pueden ser motores clave para un desarrollo más sostenible, especialmente en regiones con un potencial tan grande como la nuestra. Considero firmemente que la sostenibilidad no solo es una estrategia para reducir residuos y optimizar recursos, sino también una oportunidad para impulsar la innovación, crear empleo y proteger nuestro entorno.

Uno de los conceptos más relevantes en este contexto es la economía circular, que busca reducir al máximo los residuos y aprovechar al máximo los recursos disponibles. La ingeniería juega un papel crucial en el diseño de procesos y productos que sean más eficientes y sostenibles.

Uno de los campos en el que nuestra región cuenta con todos los componentes para ser un referente europeo es en la generación de biogás y biometano. Se trata de gases renovables que se obtienen de residuos orgánicos y tienen múltiples aplicaciones eléctricas, térmicas e incluso, puede usarse como combustible para vehículos. La clave, para obtenerlo se pueden emplear lodos de depuradoras, estiércol, residuos pesqueros o residuos agrícolas, como el alperujo del olivar. Si Andalucía es el mayor productor de aceite del país (con el 80% del total), también somos los mayores generadores de residuos olivareros. Un residuo al que ahora podemos darle una vida útil generando empleo, riqueza, energía y terminando de una vez por toda con el problema que conlleva el almacenaje de residuos que la UE está persiguiendo con mano de hierro. La ecuación parece sencilla, el problema radica en la falta de plantas transformadoras. Toda una contradicción.

La Junta de Andalucía ya ha tomado cartas en el asunto y, a principios de año, puso en marcha en Jaén la Alianza Andaluza por el Biogás A2Bio. Más de 90 entidades



OPINIÓN

ANA JÁUREGUI RAMÍREZ

VICEPRESIDENTA DEL CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS OFICIALES DE GRADUADOS E INGENIEROS TÉCNICOS INDUSTRIALES DE ESPAÑA, COGITI, Y DECANA DEL COLEGIO OFICIAL DE GRADUADOS E INGENIEROS TÉCNICOS INDUSTRIALES DE SEVILLA, COGITISE

Ana María Jáuregui Ramírez

@amjauregui

ya se han sumado a esta iniciativa que quiere seguir la estela del Valle Andalus del Hidrógeno Verde, otro ejemplo de innovación sostenible.

Con una inversión de 3.000 millones de euros, esta iniciativa ha nacido con el ambicioso objetivo de acelerar la transición energética, promoviendo la descarbonización de la industria y el transporte pesado, reduciendo las emisiones de CO₂, promoviendo la independencia energética, impulsando el desarrollo de biocombustibles y productos derivados del hidrógeno verde y, por supuesto, generando nuevos puestos de trabajo y promoviendo el desarrollo económico de nuestra tierra.

Pero la innovación andaluza no acaba aquí. El próximo año verá la luz, también en la provincia de Huelva el proyecto Cir-

cular, una iniciativa de Atlantic Copper que promete revolucionar el reciclaje de metales estratégicos como oro, platino, paladio, estaño, níquel y cobre. Está previsto que empiece a operar a principios de 2026 y tenga capacidad para procesar unas 60.000 toneladas anuales, lo que va a marcar un antes y un después en la industria del reciclaje no solo de España, sino de Europa. Es decir, esta planta tratará residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) como móviles, ordenadores portátiles, baterías y cámaras, que serán transformados en recursos esenciales a los que darles nuevos usos en electrónica.

Como podemos ver, el reciclaje es una pieza clave en esta ecuación. Buena muestra de ello ofrece Éxxita Be Circular, una empresa tecnológica sevillana líder en la gestión integral e inteligente del ciclo de vida de los recursos. Presenta capacidad operativa en más de 60 países de los cinco continentes gracias a sus más de 140 empleados y su amplia red de partners. Éxxita Be Circular recupera una media de 500.000 dispositivos al año gracias a la optimización y gestión del proceso a través de herramientas propias de inteligencia artificial, big data, y análisis predictivo. Su gran labor fue reconocida en 2023 con el premio Colegiado de Honor que concede el Colegio Oficial de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de Sevilla, COGITISE.

Pero no todo depende de empresas dedicadas expresamente a la reducción de residuos. El sector industrial es clave en la conservación del medio ambiente y, sobre todo, en la reducción de residuos. Un claro ejemplo de ello lo tenemos al alcance de la mano. Heineken España ha conseguido reducir en un 50% sus emisiones de CO₂ desde 2018 y espera alcanzar el ansiado 0% en 2040. La clave para ello no es ningún misterio, han apostado fuerte por la implantación de fuentes de energía renovables y

tecnologías innovadoras. Otra de los grandes logros de Cruzcampo ha sido lograr “0 residuos”, logrando valorizar el 99,7% de los residuos que produce, ya que han logrado reutilizarlos en sus propios procesos o destinarlos a alimentación animal. A todo esto, debemos añadir que el 94,4% de los envases de cerveza de esta compañía son reutilizables, vidrio al que se le da una segunda vida.

Ahora, en los últimos meses, uno de los sectores cuyo impacto medioambiental está siendo mirado con lupa es el textil. Según datos publicados por la Agencia Europea de Medio Ambiente, en 2022, los países de la UE generaron 6,94 millones de toneladas de desechos textiles, unos 16 kilos por persona de los que el 85% acabó en vertederos o incinerados. Nuestra región puede presumir de tener nombre propio en el mundo de la moda, somos la cabecera mundial de la moda flamenca, por lo que más pronto que tarde, estoy segura de que podremos disfrutar de trajes de flamenca elaborados con fibras de piña o palmeras, de la pulpa de madera de eucalipto, abedul o roble, de hongos y algas, ...

Como podemos comprobar, la implantación de la economía circular lleva consigo un cambio de modelo productivo y de consumo que tiene que pasar, necesariamente, por dos fases: un cambio de consciencia a nivel personal y dos, una modernización de la normativa a nivel global.

El gobierno andaluz ya ha hecho los deberes con la Ley de Economía Circular aprobada en 2023 y la Estrategia Andaluza de Economía Circular que ayudan a establecer un modelo productivo basado en la reutilización de los activos y en la optimización de los recursos empleados. Esta estrategia trae consigo que nuestra tierra esté en sintonía con el ‘Clean Industrial Deal’ que promulga la Unión Europea.

Tenemos todos los ingredientes para que la sostenibilidad se establezca de lleno en Andalucía, es más, para que seamos todo un referente de su implantación y desarrollo porque debemos sumar a este listado nuestro liderazgo en producción de energías renovables, como la solar y la eólica cuya integración avanza a pasos agigantados en el sector industrial, reduciendo la dependencia de combustibles fósiles y disminuyendo la huella de carbono.

Estamos, por tanto, en una posición privilegiada para liderar esta transición. Sin embargo, para que esto sea posible, es imprescindible contar con profesionales capacitados en ingeniería técnica industrial que puedan diseñar, implementar y gestionar procesos sostenibles y eficientes.

Los ingenieros son los encargados de desarrollar sistemas que minimicen el uso de recursos, reduzcan los residuos y fomenten la reutilización de materiales. Los ingenieros son, además, generadores de nuevas oportunidades de negocio en sectores emergentes como el reciclaje avanzado, la biotecnología o la fabricación de productos sostenibles. Por tanto, la innovación y el conocimiento técnico son la base para convertir a Andalucía en un referente en economía circular a nivel internacional.

Nuestro compromiso y capacidad de innovación pueden transformar los recursos de nuestra región en un ejemplo de sostenibilidad, economía y bienestar social. Es hora de aprovechar todo nuestro potencial para construir un futuro más verde y próspero para nuestra tierra.



Novedades en los procedimientos de despidos para las empresas

OPINIÓN

FERNANDO LONGORIA

ASOCIADO DE ALJURA.
ABOGADO SOCIO DE BUFETE GIRALDILLO

Con la llegada del verano, llegan las merecidas vacaciones de los funcionarios de justicia, y en consecuencia, julio es el último mes de funcionamiento normal en los Juzgados. Aun así, la complicada agenda de los Juzgados de lo Social va disminuyendo ante la ausencia

de funcionarios en estos meses, suponiendo casi el cierre total de éstos en el mes de agosto ya que es prácticamente inhábil. Y decimos eso, prácticamente, porque para los despidos siguen corriendo los plazos.

Con este artículo, pretendemos resumir las novedades más importantes introducidas por el Real Decreto-ley 6/2023, de 19 de diciembre y la famosa Ley Orgánica 1/2025, de 2 de enero, de medidas en materia de eficiencia del Servicio Público de Justicia, que han venido a modificar en algunos aspectos la vía laboral y que entendemos, es vital saber.

Por otro lado, pretendemos alertar de que cuando un empresario despide a un trabajador cercano a las fechas estivales, a pesar de que cuente con la ventaja de que la mayoría de los despachos de abogados se encuentran cerrados por vacaciones, deberán estar alerta debido a las novedades que les son, desde ahora, directamente de aplicación.

Acto de conciliación

Es de sobra conocido, que el trabajador despedido dispone de 20 días hábiles desde la notificación de la carta de despido, para interponer la preceptiva papeleta de conciliación ante el Centro de Mediación, Arbitraje y Conciliación (CMAC). Con la presentación de esta papeleta, se suspende el plazo durante 15 días hábiles para presentar la demanda en sede judicial. Durante este plazo de suspensión, la empresa será citada al acto de conciliación, en el que desde ahora, será indispensable acudir por parte de la empresa.

Hasta ahora, muchas empresas no acudían al acto de conciliación, por ser un mero trámite sin consecuencia alguna. Acudir o no acudir, si no se pensaba llegar a un acuerdo con el trabajador, no valía de mucho. En el mes de agosto siguen citando para los actos de conciliación en el CMAC, y por tanto, el empresario que en muchas ocasiones no acudía, lo hacía menos en los meses de verano.

Con el Real Decreto-ley 6/2023, de 19 de diciembre el acto de conciliación pasa a ser vital como algo previo a la vía judicial. Así el artículo 66 de la Ley Reguladora de Jurisdicción

Social, ha sido modificado de manera que, si el empresario no comparece se impondrán las costas del proceso judicial, hasta el límite de seiscientos euros, si la sentencia que en su día dicte coincidiera esencialmente con la pretensión contenida en la papeleta de conciliación. Esta decisión, ha pasado de ser potestativa a imperativa, por lo que en la práctica deberán ser condenados en costas si el trabajador viera estimadas sus pretensiones.

También se podrá imponer una sanción pecuniaria, a la empresa, independientemente de las costas, por no acudir al acto de conciliación. Esta sanción, sigue siendo potestativa por parte del Juez en cuestión.

Ello implica, que puede salir muy caro no acudir a un acto de conciliación si al trabajador le estiman la demanda en el Juzgado. Será necesario estar atento a las notificaciones judiciales durante estos meses para evitar costes adicionales y multas.

Notificación de demanda

Una vez celebrado el acto de conciliación en el CMAC sin acuerdo, el trabajador tiene que interponer la demanda al Juzgado de lo Social correspondiente. Esta demanda es notificada al empresario, y, otra de las novedades muy importantes, viene a la hora de la notificación de la demanda por parte del Juzgado a la empresa.

Hasta ahora cuando a la empresa le llegaba una demanda de un trabajador, el procedimiento habitual era comunicarlo al departamento jurídico o abogado externo, y éstos dependiendo de la proximidad del juicio se personaban o no.

Los artículos 21.2 y 81.5 de la Ley Reguladora de la Jurisdicción social, han sido modificados, estableciendo que desde la demanda sea notificada a la empresa, tendrá el plazo de dos días hábiles para que se personen con su letrado, suponiendo en caso de no

personarse en dicho plazo una renuncia. Ello implica, que aunque sean meses de vacaciones será necesario estar muy atento, ya que no personarse en el citado plazo implica no poder contar con letrado a lo largo del procedimiento judicial.

Sin asistencia letrada en el procedimiento judicial, la empresa no podrá discutir nada a lo largo del procedimiento judicial, por lo que con toda seguridad, implicará costes adicionales para las empresas.

Acto de conciliación judicial

Ya en el seno del procedimiento judicial, la regla general es que aunque corran los plazos, no suelen citar en el Juzgado ni para juicios ni para actos de conciliaciones judiciales en el mes de agosto. En este aspecto, por ahora, se puede estar tranquilo.

Donde no podremos estar tranquilos es con otra de las novedades de la Ley Orgánica 1/2025, que modifica el artículo art. 82 LJRS, con la posibilidad de que el acto de conciliación no sea en la misma fecha que la del juicio.

Hasta ahora, lo normal era la citación del acto de conciliación judicial, junto con el del juicio unos diez minutos más tarde, el mismo día. Ello suponía que el letrado acudía en un mismo día para los dos actos. Ahora, con esta modificación, existe la posibilidad de que los Letrados de la Administración de Justicia, establezcan otro día con anterioridad al juicio, para la celebración del acto de conciliación judicial. Este parece que será el criterio general de los Juzgados, para liberar agendas.

Pero no queda aquí, si no que ahora, se va a obligar a las partes a establecer en el acto de conciliación judicial, que expliquen los motivos por los cuáles no se alcanza un acuerdo, que se expliquen las excepciones procesales, y poder recoger por escrito los puntos en los que no hay acuerdo. Todo lo que no se diga en este acto, será preclusivo para la vía judicial. Es decir, que el profesional que acuda al acto tendrá que prepararse el mismo tal y como si fuera el propio juicio, lo que conllevará un sobrecoste de todo este tipo de servicios, tanto por la dualidad de señalamientos, como por la complejidad generada en los actos de conciliación.

Aportación de prueba

Otra de las novedades que sin duda encarecerán este tipo de procedimientos, es que hasta ahora, la prueba se presentaba en el propio juicio en papel. Algunos Juzgados, exigían la aportación previa en formato electrónico, sin embargo, eran minoritarios. Desde ahora será obligatorio aportar toda la prueba con un mínimo de 10 días antes del juicio en formato electrónico, por lo que habrá que hacer un escrito por la defensa letrada de la empresa, enumerando, ordenando, estableciendo un índice y explicando la prueba correspondiente con antelación al juicio.

Conclusiones

Las reformas legislativas introducidas endurecen y profesionalizan significativamente los procesos laborales. Los meses de verano ya no permiten relajación por parte de las empresas, ya que incumplir los nuevos requisitos puede suponer multas, costas e incluso la imposibilidad de defensa jurídica. Es esencial que las empresas adapten sus protocolos internos para actuar rápido y con la máxima preparación legal. El legislador aumenta así los derechos de los trabajadores en el proceso judicial y acorralan cada vez más las garantías jurídicas de las empresas. Habrá que ver que nos depara el futuro si el legislador sigue en esta línea de trabajo.

Viajar al corazón de la Tierra: el turismo científico como motor de sostenibilidad

OPINIÓN

**ANTONIO PIZARRO
LOSILLA**

PRESIDENTE DE LA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA
LA DEFENSA DEL PATRIMONIO
GEOLÓGICO Y MINERO



El turismo tradicional, tal como lo conocemos, comienza a mostrar signos evidentes de saturación. La masificación de destinos y el impacto ambiental asociado han puesto en entredicho su viabilidad a largo plazo. Sin embargo, en este contexto emergen alternativas más sostenibles, enriquecedoras y comprometidas con el conocimiento. Una de ellas es el turismo científico, una forma distinta de viajar que invita a explorar, aprender y maravillarse con el mundo que nos rodea.

¿Y qué mejor manera de hacerlo que viajando al pasado profundo de nuestro planeta a través de su patrimonio geológico y minero?

Imaginemos caminar sobre suelos que hace millones de años estuvieron cubiertos por océanos, o adentrarnos en antiguas galerías donde generaciones de mineros extrajeron con esfuerzo los minerales que hoy forman parte de nuestra vida cotidiana. Este tipo de turismo, basado en la ciencia, no solo promueve el conocimiento, sino que también despierta una conciencia crítica sobre nuestro entorno.

El patrimonio geológico y minero cobra aquí un protagonismo especial. Se trata de un recurso con un enorme valor educativo y un potencial transformador para territorios que buscan nuevas oportunidades de desarrollo. Las formaciones rocosas, los fósiles, los paisajes singulares y los procesos geodinámicos que encontramos en estos enclaves son auténticos libros abiertos de la historia de la Tierra. No son solo escenarios fotogénicos, sino testigos silenciosos de millones de años de evolución.

Gracias a rutas interpretativas, museos geológicos, geoparques y visitas guiadas por expertos, los visitantes pueden comprender fenómenos como la formación de montañas, los cambios climáticos que se han producido en el pasado o el origen de los minerales que utilizamos a diario. Este conocimiento genera admiración, pero también respeto por los recursos naturales y por la necesidad de conservarlos.

Por su parte, el patrimonio minero — pozos, castilletes, talleres, minas abandonadas — nos habla de la relación histórica entre el ser humano y la Tierra. Muchas regiones mineras, antaño motores económicos, hoy enfrentan el abandono. El turismo científico ofrece una segunda vida a estos espacios, convirtiéndolos en centros de interpretación o recorridos turísticos que rescatan la memoria colectiva, rinden homenaje a quienes trabajaron bajo tierra y permiten comprender el impacto de la minería en la historia, la cultura y el paisaje.

Más allá de lo visible, que suele ser lo que llama la atención, este patrimonio encierra también un legado inmaterial: saberes, tradiciones, vocabulario técnico, formas de vida. Integrar este componente en la experiencia turística enriquece el relato y fortalece el vínculo con las comunidades locales.

Desde el punto de vista económico, el turismo geológico y minero representa una alternativa sostenible. No requiere grandes infraestructuras ni consumos masivos, y puede integrarse de forma respetuosa con el entorno. Además, impulsa el desarrollo local: guías especializados, artesanos, alojamientos rurales y pequeños negocios se benefician directamente, sin comprometer los valores naturales ni patrimoniales.

Eso sí, este impulso debe ir acompañado de una gestión responsable. La divulgación debe ser rigurosa, basada en conocimiento científico actualizado, y las intervenciones sobre el patrimonio deben respetar su autenticidad. Un turismo mal planificado puede banalizar o incluso deteriorar aquello que pretende poner en valor.

En definitiva, el turismo científico centrado en el patrimonio geológico y minero es una poderosa herramienta para educar, conservar y dinamizar territorios. No se trata solo de mirar piedras o recorrer túneles oscuros: se trata de reconectar con la historia profunda de nuestro planeta y con las huellas que la humanidad ha dejado en él. Es un diálogo entre ciencia, cultura y sostenibilidad que puede ser tan apasionante como necesario.

Y lo mejor es que no está reservado a expertos. Este turismo es para cualquiera que quiera sorprenderse, aprender y mirar el mundo con otros ojos. Porque viajar no debería ser solo cambiar de lugar, sino también cambiar la forma en que lo comprendemos.

Afortunadamente, en nuestro país, casi todas las regiones ofrecen oportunidades para disfrutar de este tipo de experiencias. Bajo distintas denominaciones, el turismo científico se abre paso como una alternativa real al modelo masificado, aportando nuevos valores culturales y una forma más consciente de descubrir el mundo.

La inmigración como problema y como oportunidad



OPINIÓN

JOSÉ MANUEL GÓMEZ MUÑOZ
PRESIDENTE DEL CONSEJO
ANDALUZ DE RELACIONES
LABORALES (CARL)

Con los rescoldos de Torre Pacheco aún calientes, puede que sea buen momento para hacer algunas breves reflexiones sobre inmigración en Europa, España y en Andalucía aún a riesgo de contaminar el análisis con la proximidad de los acontecimientos, pero convencido de la necesidad de que volvamos a la sensatez y al rigor y no nos dejemos arrastrar por el huracán de noticias, falsas y verdaderas, que inundan los medios y las redes estos días. No es la primera vez que pasa algo parecido, y seguramente no será la última, lo que es preocupante. Las distintas comunidades autónomas.

Que la gestión de las políticas migratorias en Europa no ha respondido a las intenciones

de los padres de los Tratados, singularmente el de Funcionamiento de la Unión Europea o Tratado de Roma, es un hecho constatable en todos aquellos países que mayor número de inmigrantes han acogido en los últimos cincuenta años. Téngase en cuenta que la Política de Inmigración en Europa no tiene más de tres lustros, pues nace con el Tratado de Lisboa en 2009, y que no fue si no en 2015 que la Agenda Europea de Migración desarrollara una serie de orientaciones en materia de migración legal y asilo basadas en cuatro líneas de acción principales por lo que se refiere a las políticas de migración legal: revisar la Directiva sobre la tarjeta azul, atraer a la Unión a emprendedores innovadores, dotarse de un modelo más coherente y eficaz de gestión de la migración legal a escala de la Unión a través de la evaluación del marco vigente y fortalecer la cooperación con los países de origen clave, con objeto de asegurar vías legales hacia la Unión al tiempo que se mejora el retorno de las personas que no tienen derecho a quedarse. En mayo de 2024 se adoptó un nuevo Pacto sobre Migración y Asilo que

se encuentra en fase de ejecución sobre la base de una extensa batería de normas.

Ya había, obviamente, ciudadanos de terceros Estados en Europa trabajando e incluso adquiriendo la nacionalidad europea antes de esas fechas, pero la realidad es que desde 2010 a 2024 el número de personas nacidas en el extranjero se ha incrementado en un 39% en países como Austria, Suecia, Alemania, Bélgica o España que son los cinco con mayor población inmigrante. Por el peso de la inmigración latinoamericana, España sería el segundo país de la Unión Europea en porcentaje de extranjeros, tan solo por detrás de Suecia. A junio de 2025 el número de afiliados extranjeros a la Seguridad Social en España es de 3.096.015, representando el 14% de la población trabajadora, siendo el número total de extranjeros de 9,3 millones. Singularmente todos estos Estados miembros, junto con Francia, presentan fuertes tensiones en materia de integración social lo que deriva esencialmente del origen de la inmigración y del fracaso de las políticas de multiculturalidad que se han mostrado

fallidas en toda Europa.

Cuando se quiere hacer política con la inmigración lo fácil es aplicar recetas maniqueas y polarizadoras para decantar el voto del miedo al extranjero, y esas políticas suelen funcionar electoralmente pero a un coste social insoportable. Hoy se nos antoja imposible revertir situaciones como las que se viven en determinadas regiones de Bélgica, Francia, Suecia u Holanda, que son manifiestos ejemplos de fracasadas políticas de integración basadas en la prevalencia del respeto a las culturas de origen sobre la adquisición de los valores comunes del Estado de acogida. Y es justamente ahí donde deben expresarse las políticas públicas, hay que integrar a los extranjeros en las culturas y valores de los Estados de acogida, no favorecer los guetos y el desarrollo de naciones dentro de las naciones. Pero vamos tarde y la xenofobia es la respuesta fácil a un problema de una complejidad extrema que requiere de un colosal esfuerzo de políticas eficaces, decididas y muy bien planificadas.

Si diéramos de baja de afiliación a esos más de 3 millones de extranjeros que trabajan en España la economía española, las pensiones, los sectores estratégicos -hostelería, construcción, transporte y logística, agricultura, comercio- colapsarían. No estamos en condiciones, a pesar del desempleo nacional subyacente, de remplazar al 14% de la población activa ocupada que además tiene mayoritariamente entre 25 y 35 años, y cotiza. Solo en la hostelería, donde faltan en torno a 200.000 puestos de trabajo, suponen el 28% de todos los trabajadores, y en la construcción, donde faltan casi 100.000 puestos, el 20%. En Andalucía, en provincias como Almería, Málaga o Huelva, la agricultura y la hostelería habría que reinventarlas.

Es preciso fortalecer las políticas inmigratorias en Europa desde el punto de vista inicial de la seguridad en el tránsito de personas, lo que significa luchar activamente contra las mafias de traficantes y no limitarse a multimillonarios tratados de amistad con regímenes autoritarios que forman parte del problema. Las políticas de inmigración deben coordinarse de una manera activa dependiendo de las condiciones y necesidades del mercado único de trabajo en Europa, debiendo ser la contratación en origen la fórmula de acceso general. Con una frontera común para toda Europa, el territorio Schengen, no puede haber diez políticas de control de inmigración diferentes. Se requieren más medios materiales y humanos para que Frontex pueda hacer el trabajo que no está haciendo. La gestión de los conflictos internacionales que desbordan las fronteras de refugiados, requiere una voz única en toda Europa y un reparto solidario de esfuerzos por parte de todos los Estados. Ni África es el problema exclusivo de España o Italia, ni Oriente Medio es el problema particular de Alemania o Suecia. Y volvamos a mirarnos en lo que somos y hemos sido en Europa durante siglos de historia y cultura, y en nuestra realidad actual de potencia moral y de valores democráticos y universales en el mundo, para diseñar una nueva política de inmigración integradora en esos valores que nos haga crecer para afrontar con seguridad los retos de un mundo multipolar y cada vez más impredecible.



OPINIÓN

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

“**S**evilla es una mujer vestida de fuego que baila en el albero del tiempo”, escribió Antonio Gala, el afamado escritor cordobés nacido en Brazatorta. Y es que la capital andaluza, cuando el verano se instala con su sol implacable, se transforma en un escenario donde el calor no es solo un fenómeno meteorológico, sino parte esencial de su identidad.

Para muchos, el verano en Sevilla es extremo; para otros, es una experiencia única que invita a descubrir la ciudad y su provincia desde una óptica distinta: más pausada, más íntima, más viva.

En julio y agosto Sevilla se reinventa. La ciudad duerme durante las horas centrales del día y despierta con fuerza al caer la tarde. Los monumentos históricos, con siglos de historia a sus espaldas, reciben al visitante en las primeras horas de la mañana o bajo la magia de la iluminación nocturna. La Catedral de Sevilla, la mayor del mundo gótico, guarda entre sus muros la tumba de Cristóbal Colón y del Rey Santo, aquel que la conquistó allá por 1248 y que hizo que en su tumba su epitafio fuera en los tres idiomas de su reino: castellano, árabe y judío, ofrece una vista privilegiada desde la Giralda, antiguo alminar almohade reconvertido en campanario cristiano.

Apocos pasos, el Real Alcázar, conjunto palaciego de origen islámico, despliega un paraíso de jardines, estanques y arquitectura mudéjar. Recientemente albergó la cena de gala de la cumbre de la ONU, llenando de admiración sus estancias que un rey castellano, Pedro Primero el Justiciero, ordenara edificar con alarifes árabes y que servirían de inspiración para la construcción de la Alhambra de Granada siglo después.

Sus visitas nocturnas, con conciertos en directo son, sin duda, una de las joyas culturales del verano, pero simplemente divagar por jardines oyendo el graznido de pavos reales que llegaron de oriente y el sonido de los vencejos -que aquí llaman aviones- es la mejor sinfonía estival.

El Archivo General de Indias, el Museo de Bellas Artes o el moderno CaixaForum Sevilla completan la oferta para quienes desean refugiarse del calor entre arte y patrimonio. Mientras tanto, plazas sombreadas, como las del Barrio de Santa Cruz o Triana, invitan a la pausa, al tapeo y a la contemplación lenta.

Verano en Sevilla: del fuego al encanto



Las terrazas junto al río, en el Paseo Colón, Triana o la zona de la Cartuja se convierten en auténticos oasis urbanos donde probar un fino bien frío o un vino blanco del Aljarafe o la Vega del Guadalquivir.

Pero quien quiera escapar del calor urbano encuentra en la provincia de Sevilla un repertorio de naturaleza, agua y tranquilidad que sorprende a los viajeros.

En la Sierra Norte, localidades como Cazalla de la Sierra, Constantina, Alanís o San Nicolás del Puerto ofrecen turismo rural con casas blancas, calles empedradas y sombra generosa. Las piscinas naturales del río Galindón, en plena sierra, son perfectas para el baño, mientras que el Cerro del Hierro, con sus formaciones kársticas y su historia minera, es ideal para rutas a pie o en bici.

En el oeste, el Corredor de la Plata (El Ronquillo, Castilblanco, El Garrobo o Gerena) combina turismo activo y gastronomía serrana: embalses para practicar kayak o paddle surf, senderos frescos entre encinas, y productos como el cerdo ibérico, la miel, los quesos artesanos y las carnes de caza.

Hacia el sur, municipios como Osuna y Estepa permiten combinar historia monumental y buena mesa. Osuna, con su Universidad, su Colegiata y sus calles señoriales, fue escenario de la serie ‘Juego de Tronos’. Estepa, por su parte, no solo es cuna del mantecado, sino también de excelentes aceites y dulces tradicionales, que pueden probarse incluso en verano en versiones más ligeras.

El viajero extranjero se sorprende. “*Sabía que hacía calor, pero no que la vida aquí se adaptara con tanta elegancia*”, comenta Anna, turista sueca. “*Descubrimos los pueblos de la sierra y entendimos otra forma de vivir Andalucía, más silenciosa y profunda*”.

Y así es Sevilla en verano: desafiante y generosa, antigua y moderna, luminosa y acogedora. Una ciudad y una tierra que no se recorren con prisa, sino con los cinco sentidos abiertos. Porque, como escribió Juan Ramón Jiménez: “*Andalucía, en verano, es una sinfonía de oro, luz y silencio; una meditación caliente y azul*”.

Para quien sabe mirarla sin temor, Sevilla en verano no quema... enamora.

Porque el verano en Sevilla se vive, sobre todo, a la caída del sol. Los ciclos como Noches en los Jardines del Alcázar, Nocturno en el CAAC o el Cine de Verano de la Diputación, junto con el exitoso Icónica que se desarrolla en la Plaza de España, obra cumbre del arquitecto Aníbal González, llenan de cultura los espacios abiertos.

También hay conciertos íntimos, festivales emergentes y espectáculos de flamenco que, en esta época, cobran un valor casi mágico. Tablaos como la Casa de la Memoria, el Museo del Baile Flamenco o El Arenal permiten sentir la intensidad del cante jondo y el taconeo en vivo. El flamenco en Sevilla no es una función; es un latido colectivo que se escucha en patios, plazas y rincones.

El verano en Sevilla es una Velá, Joaquín y Ana son sus padres y Triana la madre solista que los alberga; cucaña, almendras verdes, sardinas y cantes en la Cava de los Civiles bajo la sombra de la torres de la Parroquia de la Señá Santana.

La gastronomía es otro de los grandes encantos estivales. El tapeo andaluz se adapta al calor con platos fríos y ligeros. El salmorejo cordobés, el gazpacho, las ensaladillas de gambas o de pulpo, el pescado frito o las tapas de salpicón de marisco o de huevas protagonizan las cartas veraniegas.

La obligatoriedad de implantar un sistema de cumplimiento normativo



El socio de Claver & Egler, Gonzalo J. Fdez-Sambruno Claver posa junto al título de Máster en Derecho Penal Económico y las certificaciones de la World Compliance Association y el Instituto de Oficiales de Cumplimiento.

Es frecuente que muchos empresarios confundan la obligatoriedad legal de una medida con la existencia de una sanción explícita por no cumplirla. Sin embargo, el hecho de que no haya una multa inmediata no significa que una obligación no exista. Esto ocurre con la implantación de un sistema de cumplimiento normativo (*compliance*): la ley exige disponer de un programa eficaz de prevención de delitos en la empresa, aunque no establezca una infracción administrativa directa por carecer de él. En España solemos decir “*en el pecado lleva la penitencia*”, y este refrán aplica perfectamente al *compliance*. Si una empresa no implanta un programa de cumplimiento, la “penitencia” será que no podrá eximirse de responsabilidad penal si se ve involucrada en un delito, afrontando así consecuencias potencialmente devastadoras para la organización. En otras palabras, la sanción por no tener *compliance* es *tener que asumir toda la responsabilidad penal sin eximente, ni atenuantes* cuando ocurra un problema, lo cual puede poner en peligro la supervivencia misma de la empresa.

Fundamentos legales de esta obligación

La obligatoriedad de implantar un *compliance* penal se desprende de varias normas generales del ordenamiento jurídico español, principalmente de la Ley de Sociedades de Capital (LSC) y del Código Penal. Estas disposiciones imponen a los administradores de las sociedades deberes cuyo cumplimiento exige, en la práctica, establecer sistemas internos de prevención de incumplimientos normativos:

- Deber de diligencia (LSC, art. 225): Los administradores deben actuar “*con la diligencia de un ordenado empresario*” y cumplir las obligaciones impuestas por las

leyes, anteponiendo siempre el interés de la empresa al propio. Este estándar de diligencia implica tomar todas las medidas necesarias para asegurar el debido cumplimiento normativo en la empresa. Un ordenado empresario precavido implementaría controles y procedimientos para evitar infracciones legales dentro de su compañía, ya que así protege el patrimonio y la continuidad del negocio. Por tanto, no establecer un programa de *compliance* podría interpretarse como una falta de diligencia, al no adoptar las medidas precisas para prevenir delitos en la empresa.

- Deber de lealtad (LSC, art. 227): Asimismo, la ley exige a los administradores desempeñar su cargo “*con la lealtad de un fiel representante, obrando de buena fe y en el mejor interés de la sociedad*”. Garantizar el mejor interés de la empresa con buena fe conlleva implícitamente protegerla frente a riesgos penales. Un administrador leal debe hacer “*todo aquello que sea lo mejor para la sociedad*”, lo que incluye dotarla de mecanismos para evitar sanciones y daños reputacionales derivados de delitos. Implementar un sistema de cumplimiento normativo es, hoy día, actuar en el mejor interés de la empresa, pues la blindará en la medida de lo posible frente a responsabilidades penales.

Por otro lado, el Código Penal refuerza esta obligación al regular la responsabilidad penal de las personas jurídicas. Desde la reforma de 2015, las empresas pueden ser declaradas penalmente responsables por ciertos delitos cometidos en su nombre o beneficio. Pero crucialmente, el artículo 31 bis del Código Penal establece que la persona jurídica quedará exenta de responsabilidad penal si antes de la comisión del delito ha adoptado y ejecutado eficazmente un modelo de organización y gestión que incluya medidas de vigilancia y control idóneas para prevenir delitos o reducir significativamente

su riesgo. En otras palabras, la ley premia a la empresa diligente que tenía un programa de *compliance* efectivo implantado, liberándola de culpa en caso de delito cometido por directivos o empleados. Esta exención solo opera si se cumplen varias condiciones, como que el modelo de prevención (*compliance*) estuviera en marcha con eficacia, que se haya supervisado adecuadamente su cumplimiento (por un órgano con autonomía, como un *compliance officer* o el propio órgano de administración en pymes), que el delito se haya cometido eludiendo fraudulentamente las medidas, y que no haya existido dejación de funciones de supervisión por parte de los encargados. Incluso en casos donde solo se pueda probar parcialmente el cumplimiento de estas condiciones, la ley prevé una atenuación de la pena. ¿Qué ocurre entonces si la empresa no tiene implementado ningún sistema de *compliance*? Sencillamente, no podrá acogerse a la exención ni a la atenuante. La empresa quedará plenamente expuesta a la sanción penal, sin poder alegar que hizo cuanto estaba en su mano para prevenir el delito.

Consecuencias de carecer de un compliance penal

No disponer de un programa de cumplimiento normativo equivale a navegar sin salvavidas en aguas peligrosas. Si la empresa es investigada o acusada por un delito corporativo (piénsese en un fraude, corrupción, delitos medioambientales, etc.), la ausencia de un *compliance* efectivo impedirá cualquier eximente o reducción de pena. Las consecuencias para la sociedad condenada pueden ser letales: multas millonarias, inhabilitación para contratar con el sector público, pérdida de subvenciones, intervención judicial de la empresa, clausura temporal de locales e incluso la disolución de la sociedad. A ello se suma el daño reputacional irreparable que sufre la marca, perdiendo la confianza de clientes, proveedores e inversores. En muchos casos, una sentencia penal puede suponer el fin de la empresa. Por eso insistimos: aunque ninguna norma imponga una multa inmediata por no tener *compliance*, la verdadera sanción es quedar indefenso ante estas penas devastadoras. Implementar un sistema de cumplimiento no es opcional, sino una inversión necesaria para la supervivencia y tranquilidad del negocio.

Además, esta obligatoriedad afecta a todo tipo de empresas, grandes y pequeñas. Ninguna pyme debería pensar que el *compliance* es solo “cosa de multinacionales”. De hecho, la Fiscalía General del Estado y múltiples sentencias han dejado claro que toda persona jurídica debe adecuarse a estos estándares si quiere evitar responsabilidad penal. El propio Código Penal contempla que las pymes pueden adoptar modelos de prevención proporcionados a su tamaño (permitiendo que el órgano de administración asuma las funciones de control en empresas de dimensiones reducidas).

La importancia de contar con especialistas en cumplimiento

Para que realmente cumpla con los requisitos legales y sea eficaz, conviene aseso-

OPINIÓN

GONZALO JUAN FERNÁNDEZ-SAMBRUNO CLAVER

ABOGADO TITULAR DE CLAVIER & EGLER ABOGADOS Y MEDIADORES SLP. DOCTORANDO EN DERECHO PENAL ECONÓMICO. MÁSTER EN DERECHO PENAL ECONÓMICO UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA. COMPLIANCE OFFICER POR WCA E IOC (ÚNICO EN EL MUNDO)

Gonzalo Fernández Sambruno

rarse por expertos con alta cualificación en la materia.

En nuestro caso, Claver & Egler Abogados y Mediadores despacho jurídico, entre otras, de FEICASE (Confederación Provincial de Empresarios de Alimentación, Droguería, Perfumería y Afines de Sevilla), ofrece a las empresas una experiencia y especialización única. Nuestro equipo cuenta con las máximas certificaciones internacionales en *compliance*: somos el único despacho del mundo que posee las dos certificaciones más importantes en esta área, además de contar con un *Máster en Derecho Penal Económico* y Doctorando en Derecho Penal Económico.

Este nivel de especialización, combinado con la experiencia práctica, sitúa a nuestro despacho a la vanguardia en la implantación de programas de cumplimiento. Numerosas empresas ya confían en nosotros para mantenerse alejadas de los riesgos que conlleva no tener un *compliance* penal robusto, y para asegurarse de que, en caso de cualquier contingencia legal, estén protegidas por haber hecho los deberes de prevención.

Conclusión

En suma, la implantación obligatoria de un sistema de cumplimiento normativo no es un capricho legal ni una moda, sino una exigencia jurídica real y apremiante en España. Que no exista una sanción inmediata por no implementar un *compliance* penal no debe llevar a engaño: la propia ley convierte esa ausencia en una condena potencial, al privar a la empresa de exenciones o atenuantes frente a la responsabilidad criminal. Por el contrario, cumplir con esta obligación preventiva brinda a la empresa una *garantía de tranquilidad*: significa haber actuado con diligencia y lealtad, y tener un escudo legal en el desafortunado caso de que algún empleado o directivo cometa un ilícito. Todos los administradores responsables deben tomar nota: hoy día, gestionar un negocio de forma seria implica adoptar un programa de *compliance* efectivo. Los riesgos de no hacerlo son demasiado altos, mientras que los beneficios como proteger la continuidad de la empresa, su reputación y la de sus directivos, son inquestionables.



El espejismo verde

OPINIÓN

ROCÍO TORNAY
CEO DE INTELQUALIA,
INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS & ESTUDIOS
DE PRESTIGIO

in Rocío Tornay Márquez

Hace poco tuve la suerte de asistir como invitada a una mesa redonda donde hablábamos de sostenibilidad y caí en la tentación de mencionar que el padre de la estrategia, Michael Porter, el cual se declaraba como un tipo ajeno a los temas

sociales, hace más de una década creó una nueva línea de investigación, donde se ponía de manifiesto que dirigir las empresas desde una óptica social, es rentable.

Sin embargo, vivimos en una época donde la sostenibilidad ha sido reducida a una estética. Envases reciclables, campañas verdes, imágenes de hojas flotando sobre logotipos corporativos. Todo parece indicar que vamos por buen camino. Pero la verdad incómoda es que la sostenibilidad se ha transformado, en muchos casos, en una operación simbólica sin sustancia, un decorado más dentro de un sistema que sigue funcionando con las mismas lógicas extractivas, desiguales y deshumanizadas de siempre.

Frente a este escenario, urge recuperar una dimensión olvidada del debate: la sostenibilidad no es solo técnica ni ecológica, es profundamente ética y humanista. No basta con calcular emisiones o promover movilidad eléctrica si al mismo tiempo se explota mano de obra, se excluyen comunidades o se fortalecen desigualdades. Sostenere un sistema implica también sostener a las personas que lo habitan.

En el origen de toda sociedad verdaderamente sostenible hay una estructura de valores que da sentido a sus decisiones. Hablamos de valores humanísticos: la dignidad, la solidaridad, la equidad, la empatía, el respeto a la diversidad y el compromiso intergeneracional. Estos valores no son accesorios ni secundarios; son la base moral que permite a una comunidad imaginar un futuro justo.

Sin embargo, en la narrativa dominante, lo sostenible se mide en cifras, indicadores, tecnologías y retornos de inversión. Los valores han sido desplazados por métricas. Y en esa operación técnica se ha perdido el alma del concepto: la sostenibilidad no es solo una estrategia, es una visión del mundo. Un modo de entender las relaciones —con la naturaleza, entre las personas, con las instituciones— que pone en el centro el bienestar colectivo a largo plazo, no la rentabilidad inmediata.

El *greenwashing* es el síntoma más visible de esta distorsión. Bajo su influencia, la sostenibilidad se transforma en un simulacro, una identidad que se compra, no una práctica que se construye. Grandes empresas declaran amor al planeta mientras externalizan contaminación, vulneran derechos laborales o deslocalizan costes sociales a los territorios más empobrecidos. Esta lógica

vacía de sentido lo sostenible y lo convierte en una operación cosmética.

Y lo más grave es que esta desfiguración del concepto termina debilitando la confianza social en la sostenibilidad como horizonte legítimo. Cuando todo se etiqueta como “verde”, lo verde deja de significar algo. Es entonces cuando los valores deben volver a ocupar el centro del discurso y de la práctica.

Si los valores son el sustrato de una sostenibilidad auténtica, entonces la educación es el terreno donde se siembran. No basta con enseñar a reciclar o calcular huellas de carbono; es necesario formar personas críticas, conscientes, comprometidas con su comunidad y capaces de actuar éticamente frente a los desafíos globales. La sostenibilidad no es una asignatura más: es una forma de habitar el mundo.

En este sentido, las universidades, las escuelas, los espacios culturales y comunitarios deben recuperar su rol como laboratorios éticos de futuro. No se trata solo de transmitir conocimiento, sino de cultivar sentido, desarrollar pensamiento crítico y reforzar una conciencia colectiva que entienda que los problemas sociales.

La sostenibilidad no puede seguir siendo un lenguaje vacío, ni una moda corporativa, ni una excusa para lavar culpas. Tiene que convertirse en una práctica radicalmente coherente, que parta de los territorios, escuche a las comunidades, y esté sostenida en valores que trasciendan la rentabilidad o el corto plazo.

Recuperar los valores humanísticos en este contexto no es un gesto romántico: es una forma de resistencia cultural y de construcción política. Porque en última instancia, sólo aquello que se sostiene con justicia, con dignidad y con solidaridad merece realmente ser sostenido.

La sostenibilidad, tal como se plantea hoy en muchos espacios, ha sido reducida a una especie de manual técnico desprovisto de alma. Nos hemos acostumbrado a escuchar términos como “carbono neutro”, “energía limpia”, “economía circular”, sin preguntarnos qué hay detrás de esos discursos. Pero un futuro sostenible no se construye solo con paneles solares, se construye con personas. Con relaciones. Con valores.

Recuperar la dimensión humanística de la sostenibilidad no es un ejercicio teórico, es una urgencia práctica. Porque las transiciones ecológicas que no contemplan la justicia social fracasan, o peor aún, generan nuevas formas de exclusión y resentimiento. Si el desarrollo verde excluye a los mismos que fueron marginados por el desarrollo tradicional, entonces estamos repitiendo los mismos errores con otro color de pintura.

Humanizar lo sostenible significa mirar más allá del dato, del gráfico y del KPI. Significa preguntarse por el sentido profundo de nuestras decisiones: ¿Para quién estamos construyendo ese futuro? ¿Quiénes quedan fuera del relato? ¿Qué valores se priorizan y cuáles se sacrifican? Significa también reconocer que el bienestar humano y el del planeta no son opuestos, sino que se necesitan mutuamente para perdurar.

Y es ahí donde los valores humanísticos se vuelven clave: porque nos permiten pensar en común, convivir con el otro, cuidar lo compartido. Sin estos valores, cualquier promesa de sostenibilidad está condenada a ser efímera, desigual o directamente falsa.

OPINIÓN

ROSA SILES

CONSEJERA Y MENTORA
PARA EMPRENDEDORES,
EMPRESAS Y ENTIDADES
PÚBLICAS Y PRIVADAS

in Rosa Siles Moreno

El momento es ahora: cuando la innovación se convierte en obligación

Hay momentos en los que la historia empresarial cambia de rumbo. No por una moda o una coyuntura, sino porque la realidad empuja. La sostenibilidad ha dejado de ser una etiqueta amable o una línea en la memoria anual. Hoy es una condición para competir, para ser relevante y para existir en el futuro. Y en este nuevo mapa, la innovación ya no es un lujo: es la única salida viable.

Innovar con propósito: la sostenibilidad como brújula del crecimiento

Las empresas andaluzas, especialmente las pequeñas y medianas, tienen ante sí un reto que es también una gran oportunidad: hacer de la sostenibilidad una palanca de crecimiento. Porque solo aquellas organizaciones capaces de innovar, colaborar y anticiparse podrán sobrevivir en un entorno de transformación profunda. Y eso ya está ocurriendo.

Las pymes también pueden y deben

El dato es revelador: el 75% de las pymes españolas reconoce que integrar criterios de sostenibilidad es prioritario. Y, sin embargo, el 80% encuentra barreras, sobre todo por el coste o el desconocimiento de herramientas y soluciones accesibles. No podemos permitirnos que esa brecha frene nuestro potencial. Porque cada vez más clientes, inversores y alianzas valoran, exigen y premian la coherencia con el planeta.

Las reglas del juego han cambiado: regulaciones, clientes y talento. La buena noticia es que las tendencias juegan a favor de quien actúa. Las nuevas normativas europeas están generando un entorno más exigente, pero también más claro. La digitalización permite desarrollar nuevos modelos de negocio y soluciones a la vez que hace posible medir el impacto generado con rigor. Y la inteligencia artificial, bien aplicada, puede acelerar la eficiencia y la transición verde. Hay ayudas, hay conocimiento, hay redes. Solo falta dar el paso.

Cuando las alianzas valen más que los recursos

La innovación abierta es uno de los caminos más prometedores. Lo vemos en grandes corporaciones que se alían con startups para repensar sus modelos, introducir tecnologías limpias o rediseñar cadenas de suministro. Pero también en pymes que, desde la base, están generando soluciones valientes para reducir residuos, medir su impacto o abrirse a nuevos mercados con propuestas sostenibles. El cambio no está reservado a los gigantes: empieza en cada decisión que tomamos.

Colaborar para transformar: la innovación abierta como hoja de ruta

Sostenibilidad clave del crecimiento empresarial

El reto no es menor. No hay transformación profunda sin alianzas valientes. La innovación abierta no es una teoría, es una práctica que multiplica el impacto. Permite testar rápido, aprender mejor y escalar soluciones con sentido. En un tiempo que exige velocidad e inteligencia colectiva, colaborar deja de ser una opción para convertirse en el único camino posible. Porque los retos globales no se resuelven desde silos, sino desde ecosistemas que cooperan, que experimentan, que se atreven a crear futuro juntos.

De la cultura del cumplimiento al liderazgo con impacto

La sostenibilidad no solo se audita, forma parte del nuevo ADN empresarial. Se integra en la estrategia, se comunica con transparencia y se mide con honestidad. Las empresas que entiendan esto antes, llegarán más lejos. No porque lo diga Europa, sino porque lo exige el planeta. Y, sobre todo, porque lo pide una nueva generación de consumidores, empleados e inversores que quiere formar parte de un proyecto con sentido.

Cómo empezar (sin agobiarse en el intento)

Realizar una autoevaluación, definir una hoja de ruta, implicar a la cadena de valor, medir lo que importa y contar con apoyos expertos. Estos pasos sencillos son el primer impulso para que la sostenibilidad no se quede en un compromiso sin consecuencias. Existen herramientas, metodologías, asociaciones y redes dispuestas a acompañar a quien da el primer paso. Contar con verificación de terceros y demostrar con datos el impacto de las acciones sostenibles será clave. El greenwashing ya no es una trampa reputacional: es un riesgo empresarial real. Y 2025 será un punto de inflexión. Normativas como la Directiva de Alegaciones Ecológicas o la futura Ley de Información sobre Sostenibilidad obligarán a demostrar lo que se promete.

Una ventana abierta al futuro. Startups andaluzas que inspiran el futuro

Las tendencias lo dejan claro: inteligencia artificial aplicada a sostenibilidad, cadenas de suministro responsables, auge de la inversión verde, talento que busca propósito, y simplificación normativa para facilitar que las pymes avancen. La sostenibilidad ya no es un departamento: es un enfoque transversal que afecta a toda la empresa.

En Andalucía tenemos mimbres para liderar esta ola: talento joven, ecosistemas de innovación emergentes, centros de investigación de referencia, y una cultura empresarial cada vez más abierta al cambio. No se trata de convertirnos todos en empresas tecnológicas, sino de entender que sin innovación no hay futuro. Y sin sostenibilidad, no hay futuro posible.



Andalucía está siendo testigo de una oleada de innovación con propósito. Startups como Synnect Technologies, EONSEA, Ocbo, So-leaHeat, Elevenais de Alex Valderrama, Zero Labs y #CiclosPreciso. Están desarrollando tecnologías que impactan directamente en los grandes retos: descarbonización, eficiencia, economía circular, cuidado del agua o digitalización responsable. Son un ejemplo vivo de que innovar y generar impacto no están reñidos con la ambición empresarial.

El futuro será sostenible o no será.

No es una consigna, es una verdad que interpela a cada líder, cada empresa y cada decisión. Estamos en el momento justo para convertir la sostenibilidad en una ventaja

competitiva real y la innovación en el motor de una economía más humana, más resiliente y más viva. Andalucía tiene lo que se necesita: talento, visión, valores y energía emprendedora. Ahora toca hacer que suceda. No esperemos a que el futuro llegue. Construyámoslo. Con impacto. Con sentido. Con acción. Porque cuando una región decide avanzar, no hay quien la detenga. El futuro empieza cuando decidimos cambiar. Este es el momento de convertir la obligación en ventaja. De pasar de la declaración a la acción. De demostrar que las empresas andaluzas saben innovar, crear valor y cuidar el mundo al mismo tiempo. El futuro no está por venir. El futuro, si queremos, empieza hoy.



ENTREVISTA

JOSÉ LUIS GANIVET
DIRECTOR CORPORATIVO DE
EMEA Y OPERACIONES EXTERNAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Su actividad es muy diversa pero todo se integra en torno a la sostenibilidad. ¿Cuáles son los productos principales que AGQ Labs ofrece al resto de las empresas?

AGQ Labs lleva operando más de 30 años y lo que hemos intentado mantener es nuestra esencia, el denominador común de toda nuestra actividad que es que somos un centro tecnológico que aporta a sus clientes soluciones de valor en el ámbito del control y la inocuidad, centrándonos sobre todo en los análisis químicos y microbiológico, que complementamos con diferentes asesorías de alta especialización en el ámbito en el que nos movemos. Lo que tratamos de evitar es la consultoría genérica, preferimos centrarnos en una asesoría muy especializada y que aporte valor.

Comenzamos, en 1993, con la agricultura, en 1998, motivados por la demanda y las necesidades de nuestros propios clientes, agregamos el área de alimentación, de ahí saltamos al sector medioambiental, después a la minería y recientemente hemos aterrizado en el sector farmacéutico. Ha sido posible porque teníamos el equipamiento y la especialización técnica.

A su presidente, Estanislao Martínez, le gusta decir que la empresa que se creó en los años 90 es una multinacional de pueblo. ¿Por qué? ¿Por qué tienen ese concepto?

Parte de nuestra cultura está en tener un organigrama muy horizontal. Huimos de un organigrama vertical. Nos gusta contar con la participación de todos los profesionales, que trabajan en esta compañía para que se sientan partícipes de su progreso y de su avance.

Personalmente creo que muchos de nosotros trabajamos aquí justamente por ese espíritu. Es la esencia de lo que es la compañía y lo que le ha hecho ganar. Por otro lado,

José Luis Ganivet: “Antes de 2030 queremos duplicar nuestra facturación”

ese espíritu de “pueblo” nos recuerda siempre que por muy internacionales que aseamos, no podemos perder el foco de lo local.

La masa laboral de AGQ Labs es muy considerable y sigue creciendo. ¿Es una buena opción para los jóvenes quieran labrarse un futuro en el sector?

Ahora mismo AGQ Labs tiene alrededor de 1.200 trabajadores en todo el mundo, en España unos 300. La mayoría de la plantilla está compuesta por mujeres que, además, están presentes en toda la línea jerárquica. Tenemos un personal muy joven, unos 35 años

de media y requerimos un personal muy especializado al que se compensa adecuadamente haciéndonos una compañía más atractiva que otras, aunque, a menudo, nos cuesta mucho encontrar empleados muy cualificados.

Una de las particularidades que hacen atractiva a nuestra compañía es la posibilidad de participar en proyectos internacionales desplazándose por algún tiempo a los países donde tenemos implantación. Muchas de las personas que han trabajado con nosotros han sido expatriados. Yo mismo he vivido en Perú y en Chile con mi familia.



La tecnología y la innovación es la base de su trabajo, lo que requiere de mucha inversión y también de la formación adecuada.

Este es un tipo de negocio muy demandante de inversión. Tenemos que invertir continuamente, año tras año, importantes cantidades de nuestra facturación para renovación tecnológica, porque la tendencia regulatoria es cada vez más exigente. Contar la mejor tecnología hoy en día es un “must”, tanto por la presión ejercida de los propios mercados como por la ejercida por las grandes multinacionales del sector.

“Una de las particularidades que hacen atractiva a nuestra compañía es la posibilidad de participar en proyectos internacionales”

Por poner un ejemplo concreto en el ámbito formativo tenemos desde hace tiempo una estrategia balanceada donde intentamos depender menos de mantenimiento externo y eso nos obliga a fomentar la formación interna del propio personal. Por otro lado tenemos un perfil de profesional en el ámbito agronómico con una altísima especialización en fertirrigación.

La internacionalización es una de las características de su empresa. ¿Cuál ha sido la evolución en este sentido y qué planes de futuro tienen?

Nuestra expansión es bastante peculiar. Comenzamos dando servicio, sobre todo en los ámbitos agronómico y alimentario, de una manera muy estacional lo que provocaba que toda nuestra actividad se concentrara en pocos meses del año. Entonces pensamos que en el otro lado del mundo las estaciones eran al contrario y por eso nos fuimos a Chile intentando buscar esa desestacionalización. Al principio mandábamos las muestras a España para su análisis, pero empezamos a crecer rápidamente, sobre todo en el ámbito de la nutrición vegetal, y decidimos abrir un laboratorio en Chile. Eso fue el principio y siguiendo esta senda y buscando lugares afines con un mix de costumbres, idioma y riesgo país llegamos a Perú, Estados Unidos, México, Costa Rica, República Dominicana, Colombia. En otros países trabajamos con partners como en Ecuador, Argentina. También trabajamos en Italia, Portugal, Marruecos, Sudáfrica y Arabia Saudí.

Buscamos siempre lugares que nos den seguridad, garantías y complementariedad. Europa podría ser un emplazamiento interesante en el futuro, aunque estamos mirando otras geografías.

Nuestro plan es fortalecer el posicionamiento internacional a través de nuestras tres vías de crecimiento: a través de lo que tenemos, a través de proyectos orgánicos que financiamos y desarrollamos con medios propios y a través de adquisición de otras empresas.



Respecto a las áreas en las que trabajáis y centrándonos en la agricultura y la alimentación. ¿Qué soluciones aportáis desde AGQ Labs sobre todo en torno a la gestión racional del agua?

Creo que en esta área es donde tenemos una mayor capacidad de desarrollo, de aportar soluciones de valor. Hay un gran debate sobre una agricultura intensiva que está llevando a ciertas situaciones de sequía o de déficit de agua. Hay un desafío enorme porque hay una escasez de agua importante en todos los cultivos.

Nosotros aportamos una solución donde analizamos cómo se van trasladando en cada momento los nutrientes en los perfiles radiculares de las plantas, evitando, en primer lugar, pérdidas de fertilizante fuera del ámbito la planta. Es una medida medioambiental muy

interesante porque, por un lado, se minimiza el aporte de nitratos a los acuíferos, que es un gran problema, y por otro nos permiten ajustar exactamente nutrición y riego para que la planta tenga exactamente los nutrientes y el agua que necesita. Cuando no tienes esta tecnología lo que haces es trabajar a ojo y no tienen ningún control de lo que realmente está sucediendo.

Las aplicaciones son importantes también a nivel de la industria y la minería que son dos sectores que están haciendo un enorme esfuerzo en sostenibilidad?

Trabajamos estrechamente con casi todas las mineras que hay en España y en otros países como Perú, Colombia y Chile. Ofrecemos soluciones que van desde los planes de vigilancia ambiental, donde simplemente

controlamos que su afección al medio ambiente sea la mínima, la que está regulada en su normativa, y, por otro lado, desarrollamos proyectos que lo que buscan es optimizar el impacto de sus vertidos y de sus residuos mineros a través de estudios de geoquímica ambiental muy especializados.

Otro de los sectores implicados en este tipo de planes es el energético que ahora mismo está viviendo una auténtica revolución en Andalucía.

En este ámbito aportamos soluciones relacionadas con planes de control ambiental, básicamente en torno a las plantas fotovoltaicas.

Hay grandes compañías en el mercado que están y tienen que vigilar la afección del medio ambiente sobre todo que vertidos de residuos sean acordes a la legislación. Ahí es donde nosotros ofrecemos nuestro servicio, a través de la tecnología aplicada a planes de control ambiental. Cualquier industria está obligada a tener un plan de control ambiental y estamos en casi todas.

Por otro lado estamos trabajando con los residuos, haciendo algunos proyectos que permitan convertirlos en un subproducto que se pueda comercializar y evite llevarlos a un vertedero. Lo que buscamos es crear un producto diferente con cierto valor comercial. A diferencia de los servicios de plan de control ambiental, más comoditados, los servicios de residuos presentan un perfil más diferenciador y con un impacto muy interesante.

Este año tienen la previsión de llegar a los 90 millones de facturación, pero parece, según declaraciones que he podido escuchar en diferentes foros y eventos que el techo de 200 millones puede ser un punto de inflexión, por ejemplo, para su salida a bolsa.

Yo creo que ya estamos aplicando políticas muy diferentes a las que aplicamos hace cinco años en ese mix de forma de crecer.

En cuanto al crecimiento orgánico, estamos en lo que es el mercado, en torno al 7-8% anual.

Por otra parte, están los proyectos que llevamos a cargo con nuestros propios recursos. En este año, por ejemplo, estamos poniendo un laboratorio en Agadir (Marruecos) totalmente construido y desarrollado por nosotros, otro en República Dominicana y otro en Trujillo, en Perú. Son proyectos que requieren mucho esfuerzo y que son lentos.

“Estamos trabajando con los residuos, haciendo algunos proyectos que permitan convertirlos en un subproducto que se pueda comercializar y evite llevarlos a un vertedero”

Y finalmente respecto a la adquisición de compañías, el crecimiento que permite es directo (al incorporar el fondo de comercio ya existente). Sin duda puede ser en el corto plazo el mecanismo más demandante, pero en el medio y largo es muy interesante. Con esta estrategia, no sólo buscamos fondo de comercio, también intentamos poner el foco en empresas que tengan capacidades de valor que nos compementen.

Lo que estamos buscando un equilibrio adecuado entre estos tres componentes de crecimiento. Yo creo que el año que viene podemos estar perfectamente superando 100 millones y posiblemente antes del 2030 podríamos estar los 150 millones, aunque dependerá de muchas cuestiones ajenas de nuestro control.

No tengo tan claro que eso sea realmente un cambio de rumbo. Yo creo que el cambio de rumbo ya lo estamos dando y el enfoque es no poner un límite.

Lo que se tienen ustedes son numerosos reconocimientos, incluido el Premios Tribuna de Andalucía de este año. A parte de los números ¿cuánto hay de satisfacción personal y empresarial?

En el mercado que nos movemos hay grandes competidores a los cuales respetamos muchísimo. Nosotros somos una empresa más pequeña, pero nos sentimos una parte relevante del mercado.

Con nuestros casi 100 millones y apostando a duplicarlos en la brevedad posible, creo que estamos rellenando una parte del mercado donde nos sentimos cómodos. Somos capaces de mantener la esencia, nuestra cultura, nuestra forma de entender el negocio, los valores de la compañía durante todo este periodo. Yo creo que todo esto es muy importante. Queremos crecer sin perder esa esencia que nos ha llevado hasta aquí.





Luis Venero: “Andalucía juega un papel protagonista en la tercera revolución industrial: la energética”



ENTREVISTA

LUIS VENERO
CEO DE BRUC

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
BRUC ha inaugurado el mayor clúster de energía renovable de Andalucía, bautizado como Cartago ¿Qué significa esta inauguración para BRUC y para Andalucía?

Esta inauguración es un hito clave para BRUC y creemos que también para Andalucía. Con una inversión de más de 820 millones de euros, 18 plantas solares, y una capacidad de producción que puede abastecer a más de 475.000 hogares, este proyecto supone un punto de inflexión en la transición energética en la región.

Es el mayor clúster renovable de BRUC hasta la fecha. Su capacidad de generación —1.875 GWh anuales— equivale al consumo eléctrico de más del 10 % de los hogares andaluces.

Estamos hablando de una infraestructura que no solo aporta energía limpia, sino que genera empleo, renta para los propietarios de terrenos y un importante impulso industrial en zonas eminentemente rurales.

¿Qué impacto económico y social tiene este complejo en el territorio?

Ha supuesto la creación de 1.652 empleos cualificados, muchos en zonas rurales donde hay menos oportunidades. Se asienta en cuatro municipios y abarca 1.610 hectáreas, generando también ingresos estables para los propietarios de esos terrenos. Además, hemos colaborado con empresas andaluzas durante la ingeniería y construcción, fortaleciendo la cadena de valor local.

¿Qué atractivos tiene Andalucía para la inversión en renovables?

Es evidente que el principal atractivo son las horas de sol, que duplican a países como Alemania. Pero esta ventaja no se materializaría si no se dieran las condiciones económicas y regulatorias adecuadas para invertir. Nos hemos encontrado con un gobierno autonómico, el andaluz, que apuesta decididamente por las energías limpias. Estas, a su vez, tienen

un papel protagonista en el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima. Además, Andalucía dispone de un tejido industrial cualificado y capaz de responder al desafío de esta industria nueva.

¿Qué diferencia a BRUC de otras empresas que están invirtiendo en renovables?

Nuestros principales hechos diferenciales son el modelo de negocio y la estructura del accionariado. Respecto al primero, nosotros no somos desarrolladores, sino propietarios y gestores de las infraestructuras energéticas. Llegamos a acuerdos estraté-

gicos con empresas que desarrollan, como Magtel, y adquirimos la propiedad de los activos cuando las plantas entran en la fase ‘ready to build’. Una vez construidas y en operaciones, gestionamos las plantas con una visión de largo plazo. Esta visión es posible gracias a que nuestros principales accionistas son fondos de pensiones (OP-Trust y USS), inversores con perspectiva de largo plazo basada en la sostenibilidad. Este modelo de negocio nos permite reducir los riesgos, alcanzar acuerdos de venta de energía a largo plazo (PPA), lograr financiación en condiciones muy competitivas, tener una perspectiva equilibrada de los negocios y navegar así los movimientos coyunturales del mercado eléctrico.

¿Qué papel ha tenido Magtel y la Junta de Andalucía en este proceso?

Magtel ha sido un socio clave y el gran generador de este proceso en su papel como desarrollador. Y la Junta ha sido decisiva: su apoyo, su disposición favorable y su rigor técnico han hecho posible que este proyecto saliera adelante. La colaboración público-privada ha sido ejemplar. Sin ese entorno, este despliegue renovable sería imposible.

¿Cómo se enmarca esta inversión dentro de la estrategia a largo plazo de BRUC en Andalucía?

Nuestro compromiso con Andalucía es firme. Entre lo ya invertido y lo que tenemos planificado hasta 2028, vamos a destinar 2.260 millones de euros en la comunidad. En ese horizonte esperamos tener más de 3.000 MW operativos, capaces de producir energía para cerca de 800.000 hogares —una cuarta parte de los andaluces—. Andalucía es prioritaria para nosotros.

¿Qué desafíos enfrentan ahora las renovables en España?

Los dos grandes retos son almacenamiento y redes. Necesitamos hibridar estas plantas con baterías para gestionar mejor la producción, lograr el máximo aprovechamiento de los recursos energéticos que son autóctonos (sol, viento y, en menor medida, agua) y así estabilizar los precios, que siempre serán más competitivos que los que proceden de quemar combustibles fósiles o de la energía nuclear. El segundo es el despliegue de la red en coherencia con las necesidades de productores y consumidores. España necesita una inversión monumental en infraestructuras eléctricas para soportar el crecimiento renovable. Hoy, muchas industrias y puntos de carga de vehículos eléctricos no se pueden conectar porque no hay red. Y el sistema está denegando nueva demanda.

¿Qué riesgos conlleva no afrontar estos retos?

Si no facilitamos el almacenamiento ni ampliamos la red, tendremos que cuestionar el sistema de precios actual, que no está adaptado al peso que ya tienen las renovables. Es ridículo que tengamos energía limpia abundante, pero no podamos usarla para cargar un coche eléctrico o alimentar una nueva fábrica. Eso compromete la transición energética.



Andalucía dispone de un tejido industrial cualificado y capaz de responder al desafío de esta industria nueva

¿Qué oportunidades abre todo esto para Andalucía?

Enormes. La energía ya no es solo un vector ambiental, es un factor de competitividad industrial. Andalucía y España están ante una oportunidad histórica: liderar la tercera revolución industrial, la energética. Disponemos de recursos, talento y capacidad. Pero hay que tomar decisiones valientes y urgentes para consolidar esa posición.

A casi tres meses vista del gran apagón de finales de abril, parece que ya nadie culpa a las renovables del mismo, como así ocurrió al principio. ¿Cuál es su opinión sobre las causas de aquel cero peninsular?

Si bien no hay consenso acerca de los culpables, las energías renovables ya no aparecen en el centro del debate técnico ni del político. Sin embargo, sí hay bastante consenso en torno a las soluciones destinadas a robustecer el sistema eléctrico sin renunciar al despliegue de las únicas energías primarias que realmente tiene España: sol, viento y, en menor medida, agua.

La solución pasa por potenciar el almacenamiento e invertir en redes. Por fin, el gobierno se ha decidido a acelerar la regulación de esta tecnología, algo que venimos solicitando encarecidamente desde el sector de las energías limpias para seguir invirtiendo y cumpliendo así con el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC), incardinado, a su vez, en el Pacto Verde Europeo.

El Real Decreto-Ley 7/2025, de 24 de junio, por el que se aprueban medidas urgentes para el refuerzo del sistema eléctrico, facilita el despliegue del almacenamiento mediante baterías. Esperemos que ahora que también se pongan las pilas con las redes de transporte.





Antonio López: “Los andaluces han interiorizado el hábito del reciclaje en sus hogares”



ENTREVISTA

ANTONIO LÓPEZ
GERENTE DE ECOEMBEES
EN ANDALUCÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cómo evalúan la contribución individual de los ciudadanos en el sistema de reciclaje? ¿Qué nuevas campañas o estrategias están implementando para seguir fomentando la participación y la calidad del reciclaje en todos los hogares?

En Ecoembes utilizamos indicadores como la cantidad de residuos que se recogen en los contenedores amarillos y azules, la calidad de ese residuo, la correcta separación, la participación y el hábito de reciclaje.

Los andaluces y andaluzas han interiorizado el hábito del reciclaje en sus hogares, no significa que esté todo hecho, podemos mejorar en aspectos como saber qué tipo de residuo va a cada contenedor o mantener el mismo nivel de reciclaje en todos los momentos del año, ya que siempre percibimos que en la época estival los estudios empeoran.

En cuanto a las campañas y estrategias, para seguir fomentando esta participación y mejorando la calidad, en colaboración las administraciones, estamos implementando varias estrategias. Ponemos en marcha campañas de concienciación adaptadas siempre a las necesidades de cada territorio.

La educación también es la base de ese cambio. Hablando de los jóvenes, ¿contempla Ecoembes alguna una estrategia de formación y concienciación a través de programas o materiales didácticos niños y jóvenes?

Correcto, para nosotros es uno de los pilares fundamentales, la clave es sensibilizar, implicar a la sociedad desde todos los ámbitos y, por supuesto, a lo largo de todas las etapas de la vida.

Por ello, trabajamos intensamente en dos grandes líneas, educación ambiental y sensibilización. En cuanto a educación ambiental, me gustaría destacar, por ejemplo, Proyecto Recapacicla, es una iniciativa encauzada por la Junta, Ecoembes y la Federación de Municipios y Provincias, con el objetivo principal de fomentar la sensibilización de concienciación sobre la problemática de los residuos y la importancia del reciclado. Este programa va destinado a la comunidad educativa, alumnado y profesorado. Desde que el programa se puso en marcha en 2011, hemos formado a más de 30.000 personas.

Además, en Ecoembes contamos con el proyecto Naturaliza, que integra el medio ambiente de forma transversal en todo el currículo escolar, no solo en materia relacionada con reciclaje. Se basa en la formación del profesorado y en el aprendizaje experiencial, dentro y fuera del aula, generando una conexión real. Ya casi 450 profesores en la región se han sumado y espe-

ramos que lo hagan muchos más.

Ecoembes es una sociedad sin ánimo de lucro, ¿establecen colaboraciones público-privada?

La colaboración público-privada es uno de los pilares fundamentales para avanzar, tanto hacia la optimización del proceso del reciclaje, como para avanzar hacia una sociedad más circular.

En este marco Ecoembes, como sistema colectivo de responsabilidad ampliada del productor, trabajamos con todos los agentes claves del ciclo de vida del envase, generando esas sinergias necesarias para mejorar la eficiencia del sistema y promover la innovación.

Trabajamos con las empresas envasadoras, son el primer eslabón de la cadena y trabajamos estrechamente para fomentar el ecodiseño y la reducción del impacto ambiental de los envases desde su origen. Es decir, que se incorpore la variable ambiental a los criterios de diseño del envase. Queremos que nos

elijan como su acompañante para alcanzar la circularidad de sus envases y, para ello, queremos estar cerca de ellas, escucharles y ayudarles en lo que podamos.

Además, en línea con la colaboración que realizamos con las administraciones, contamos con un proyecto muy importante para Ecoembes en Andalucía, como lo es la creación de un observatorio municipal para la transición a la economía circular, que hemos desarrollado en colaboración con la Federación Andalucía de Municipios y Provincias, donde ofrecemos asesoramiento, herramientas y repositorios de buenas prácticas que van a ayudar a las entidades locales a implementar sus estrategias en materia de economía circular.

Como nos ha comentado, han visto una evolución en Andalucía, pero con el transcurso del tiempo, ¿en qué punto de concienciación sobre el reciclaje y la economía circular se encuentra la sociedad bajo su punto de vista a nivel nacional y, específicamente, prestando atención a Andalucía?

Nos gustaría destacar, sobre todo, la implicación de la ciudadanía en lo que se refiere a su contribución a la economía circular, a través del reciclaje de envases, donde el ciudadano es un eslabón clave para iniciar el proceso de reciclado.

A través de distintos estudios que hemos realizado, actualmente en Andalucía 8/10 hogares andaluces declaran reciclar habitualmente. Andalucía ha mantenido una tendencia creciente en recogidas selectivas y en toneladas recicladas gracias a esta implicación. Por comentar números, cada ciudadano depositó en Andalucía en el contenedor azul de media 14,1 kilos por habitante, lo que supone un 3% más que el año anterior, 14,8 kilos de residuos de envases en el contenedor amarillo, lo que supone un 3,5% superior al año anterior.

Sin embargo, también tenemos que decir que sigue habiendo dudas sobre los residuos que van al contenedor amarillo. En Andalucía, actualmente, aproximadamente un 26% de los residuos que no son envases y, por lo tanto, no deberían ir a este contenedor se depositan incorrectamente, aunque esta media está por debajo de la media nacional de impropios, que

está actualmente en 23,4%.

¿Cómo ayudamos a clarificar estas dudas? A través de herramientas, como AIRE, un bot del reciclaje gratuito que resuelve las dudas de reciclaje, o seguir trabajando a través de campañas de comunicación que caen en la ciudadanía para hacer esa pedagogía tan necesaria.

¿Qué papel jugarán la innovación y la digitalización en el futuro del reciclaje?

El futuro de la gestión de residuos está íntimamente ligado al avance tecnológico y, en este sentido, para reciclar más y mejor es imprescindible acometer un proceso de transformación digital.

Para impulsar esta transformación, Ecoembes creó *TheCircularLab*, un centro de innovación abierta sobre economía circular, ubicado en Logroño y, desde allí, en colaboración con empresas, administraciones y ciudadanos, se conciben, testean y aplican soluciones innovadoras en entornos reales. Destacan varias tecnologías, como Inteligencia artificial, blockchain, la sensorización de contenedores, etc... todo ello para eficientar el proceso de reciclado pero, también, para atender las demandas de todos nuestros públicos, a quienes queremos ofrecer el mejor servicio.

La transformación digital va a jugar un papel fundamental en los principales proyectos que desarrollamos en Ecoembes.

“El futuro de la gestión de residuos está íntimamente ligado al avance tecnológico”

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta Ecoembes, en cuanto a la gestión de residuos en la actualidad?

Por un lado, la legislación en materia de residuos ha avanzado muchísimo en la última década, marcando el camino hacia la economía circular y sostenible. Precisamente el año 2025 supone un gran punto de inflexión con la entrada en vigor de nuevas responsabilidades para las empresas, en cuanto a la gestión y la circularidad de los envases.

Desde Ecoembes, consideramos que esta normativa es adecuada, hay que realizar esa transición hacia la economía circular, aunque supone en algunos casos un gran esfuerzo para las propias empresas, de ahí que queramos estar a su lado para ayudarles, acompañarles y resolver las dudas que tengan la respecto.





Theresa Zabell: “El lujo y la sostenibilidad pueden ir de la mano”

ENTREVISTA

THERESA ZABELL
BRAND AMBASSADOR Y ASESORA
DE SOSTENIBILIDAD RH PRIVÉ

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

En nuestra anterior entrevista expresaba que ser embajadora de RH Privé es encontrar una empresa que comparte sus mismos valores. ¿Podría detallar, en líneas generales, cuáles de esos valores específicos resonaron en usted de forma más profunda? ¿Cómo cree que su autenticidad personal potencia la credibilidad de la marca en el exigente mercado del lujo y, por supuesto, la sostenibilidad?

A mí lo que más me llamó la atención no era solo lo que hacían, que también, porque las viviendas que construyen son maravillosas, pero sobre todo me llamaba la atención cómo lo hacían.

Considero que la diferencia no está en el qué, sino en el cómo. Cuando se construye teniendo en cuenta todos los detalles y todas las posibilidades de mejora medioambiental, desde el momento del diseño hasta la finalización de la obra, es cuando realmente puedes marcar una diferencia y así es como trabajan en RH Privé.

Sin duda alguna, su trayectoria en el deporte, superando desafíos como, por ejemplo, la falta de apoyo al deporte femenino, demuestra una formidable capacidad de perseverancia y, por supuesto, de abrir caminos. ¿Cómo traslada esa misma tenacidad y visión de futuro a su rol como embajadora de RH Privé?

En muchas ocasiones cuento que cuando quieres conseguir algo en la vida, lo más importante es plantearte qué es lo que quieres conseguir. Participo en multitud de conferencias, sesiones de liderazgo y de consecución de objetivos con directivos de empresa, y realmente percibo que hay muchísimas personas que van navegando por la vida un poco hacia donde la corriente les lleve, los únicos que podemos cambiar estos somos cada uno de nosotros.

Es fundamental que cada uno decida qué es lo que quiere hacer en la vida, lo que yo llamo un sueño. A mí me gusta transitar por los 5 aros olímpicos, en el que el primero es un sueño, donde tú decides tus objetivos, como, por ejemplo, dentro de 20 años me gustaría ser campeona olímpica o director de una empresa. Pero si tú no decides lo que tú quieres ser, corres el riesgo de que otra persona decida por ti. Yo creo que cada uno de nosotros somos más capaces de decidir lo que realmente queremos.

El segundo aro, debemos tener en cuenta que una vez que has decidido lo que quieres conseguir, hay que pagar el precio de la adversidad para conseguir tu sueño.

El tercer aro olímpico sería el trabajo en equipo, ya que solo es más difícil conseguir los objetivos cosas, debes formar un equipo a tu alrededor, contar con ellos y motivarlos para poder rendir al máximo en esa búsqueda de la excelencia.

El cuarto aro olímpico es otro aspecto importantísimo, la estrategia, cuando tienes un sueño hay que convertirlo en objetivo, a través de trazar un plan de trabajo e ir cumpliendo fechas y pequeñas metas que nos acerquen hasta el final.

Por concluir, con el quinto aro olímpico, está relacionado con la suerte, teniendo en cuenta que es cuando la preparación y la oportunidad se unen.



Si incidimos en RH Privé, hablamos de un mercado inmobiliario que está evolucionando rápidamente, con clientes que buscan cada vez más experiencias y un propósito. ¿Qué tipo de mensaje, más allá de las características de las propiedades, cree que resonará con la próxima generación de compradores en RH Privé, fusionando el bienestar personal con el impacto positivo en el planeta?

Una de las cosas que buscan los clientes en RH Privé es, por ejemplo, estar cerca del mar e incluso tener vistas al mar. Está comprobado, y sobre esto hay estudios, que las personas que viven cerca del mar y lo pueden ver todos los días, son más felices e incluso están más sanos, es algo que hay que tener en cuenta a la hora de hacer una edificación o una promoción.

RH Privé siempre tiene eso muy en cuenta y está todo enfocado a las vistas, que sobre todo los extranjeros lo valoran y lo buscan muchísimo.

Además, el confort dentro de la vivienda, actualmente la tendencia son viviendas donde se pueda tomar el sol, bañarse, hacer una preparación física, un gimnasio con máquinas, y también el confort dentro del hogar. Una buena climatización, porque la Costa del Sol es un lugar donde en verano hace calor y en invierno hay humedad, y todos estos ingredientes juntos son lo que hacen que RH Privé sea una de las promotoras más demandadas por parte de los que vienen a instalarse en la Costa del Sol.

Además, todo ello teniendo como pilar fundamental la sostenibilidad, que ya no es un diferenciador como tal, sino un requisito esencial, ¿verdad?

Sí, ahora no se entendería una promoción sin tener en cuenta la sostenibilidad. En realidad, no se debería de entender nada sin tener en cuenta la sostenibilidad. En el sector de la construcción hay muchas maneras de poder reducir la huella y de tener materiales que se puedan reutilizar. Esto es muy importante, porque estamos viviendo de una forma en la que vamos extrayendo materias primas y cuando ya no nos sirven van al vertedero. Si seguimos explotando este sistema, llegará el día en el que no haya más materias primas, por lo que la circularidad es muy importante, tenemos que trabajar para ver la forma de reutilizar todas las materias primas que usemos y darles una segunda vida. Es fundamental llevarlo a cabo y planificarlo desde el primer momento del diseño del proyecto.

Para concluir, si RH Privé pudiera dejar una huella distintiva en el sector inmobiliario dedicado al lujo a nivel global, ¿cuál sería el mensaje o el cambio más significativo que le gustaría que la marca representara en la forma en la que se conciben y habitan las viviendas?

Creo que el mensaje más claro e importante es que el lujo y la sostenibilidad pueden ir de la mano y deben ir de la mano. Esto es un concepto en el que RH Privé está trabajando muchísimo y está liderando el sector de las viviendas de lujo en la Costa del Sol.



Ana Sánchez Casado: “El ecologismo en gastronomía es utilizar productos libres de pesticidas y fertilizantes químicos”



ENTREVISTA

ANA SÁNCHEZ CASADO
PROPIETARIA
RESTAURANTE
ESTRAPERLO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Estraperlo es más que un restaurante. Explíquenos el concepto de economía circular en el que se engloba

El proyecto de Estraperlo integra tres espacios: un restaurante de cocina ecológica y local, una tienda de productos ecológicos y un espacio para talleres de cocina. El principal cliente de la tienda es, precisamente, nuestro restaurante. Nos abastecemos de pequeños productores locales que comparten nuestra misma filosofía de respeto al entorno y a la salud. Así, cerramos el ciclo productivo, evitando desperdicios y fomentando una economía circular real.

Es además un espacio ecológico. ¿Qué es el ecologismo en gastronomía? ¿No cree que hay demasiada confusión en torno a este concepto?

El ecologismo en gastronomía es utilizar productos libres de pesticidas y fertilizantes químicos. Existe mucha confusión porque se habla de “productos naturales”, pero todo es natural en cierto sentido. Lo realmente importante es cómo se cultivan los alimentos. Eso es lo que determina si un producto es ecológico o no. Lo fundamental es que cuenten con una certifi-

cación oficial, que garantice que se han producido siguiendo los estándares ecológicos.

¿Qué se puede comer y comprar en Estraperlo?

En Estraperlo ofrecemos una carta basada en productos de temporada. Todos los platos se elaboran en nuestra cocina. Como trabajamos con los productos que vendemos en la tienda, los clientes pueden llevarse a casa los mismos ingredientes que han probado. Por ejemplo, si disfrutan de una ensalada, pueden comprar esa misma lechuga o esos tomates.

En la tienda ofrecemos una gran variedad de productos frescos que recibimos semanalmente de nuestros productores locales.

También disponemos de productos no perecederos, poco procesados, como conservas de legumbres o verduras, pero nunca de quinta gama. Además, tenemos productos a granel como legumbres, arroces, frutos secos y pastas.

Por encargo, también ofrecemos carne ecológica del mismo productor que nos suministra para el restaurante. Y, por supuesto, contamos con opciones sin gluten y productos adaptados a necesidades alimentarias especiales.

Ustedes favorecen el consumo de productos de kilómetro cero para intentar reducir la huella medioambiental. ¿Cómo establecen las relaciones con los productores?

La cercanía es uno de los factores clave al elegir a nuestros productores, pero también valoramos que compartan nuestros valores y nuestra visión. Cuando nació Estraperlo, lo hizo como una tienda ecológica, y comenzamos cocinando los productos para evitar desperdicios. Los clientes, que inicialmente venían a comprar comida para llevar, empezaron a quedarse a comer allí mismo, y así surgió el restaurante. Desde entonces, trabajamos con los mismos productores de confianza desde hace casi trece años.

¿De qué forma en los restaurantes como el suyo se certifica que los productos son ecológicos y, por otro lado, su seguridad alimenticia?

Aunque como restaurante no contamos con una certificación ecológica, sí lo tienen todos los productos que utilizamos. En cuanto a la seguridad alimentaria, trabajamos con una empresa especializada que nos visita semanalmente para realizar controles y tomar muestras, asegurándose de que todo el proceso de elaboración en nuestra cocina se realice correctamente.

Acaba de cumplirse un año de la aplicación de la Ley de lucha contra el desperdicio alimentario. ¿Qué balance puede hacer basándose en su experiencia? ¿Los clientes ya están concienciados?

Tenemos la suerte de no generar apenas desperdicio gracias al modelo que hemos construido. Desde el principio, empezamos a aprovechar los alimentos cocinando comida para llevar. Incluso antes



de que existiera la ley, ya ofrecíamos envases reciclables para que cualquier persona pudiera llevarse lo que no se comiera. Sin embargo, muchas veces notamos que a la gente aún le da vergüenza llevarse la comida que sobra del plato. Nosotros lo ofrecemos siempre, pero no es tan habitual que lo acepten.

La formación es fundamental, en dos vertientes, formación de los usuarios sobre la gastronomía ecológica y también de los profesionales. ¿Cómo contribuyen desde Estraperlo a esa formación?

Informamos de manera constante, casi sin darnos cuenta, a nuestros clientes, tanto en la tienda como en el restaurante, sobre los productos de temporada. Mucha gente, especialmente los más jóvenes, no sabe qué frutas o verduras están en su mejor momento según la época del año. Por eso, ahora nos gustaría compartir semanalmente datos y curiosidades sobre alimentación ecológica que nos parecen interesantes y útiles.

Y por supuesto, nuestros talleres de cocina son el lugar perfecto para aprender y compartir conocimientos sobre gastronomía ecológica. No hay mejor manera de entender este tipo de cocina que poniéndose el delantal.

¿Cree que Andalucía ocupa ya un lugar dentro del turismo gastronómico ecológico? ¿Qué queda por hacer?

En Andalucía aún queda mucho camino por recorrer en cuanto al turismo gastronómico ecológico. Aunque contamos con una gran riqueza agrícola y un potencial enorme por nuestra diversidad de productos locales, ecológicos y de calidad, aún no se ha consolidado una red turística sólida en torno a ello.

Hace falta mayor visibilidad, apoyo institucional y formación tanto para productores como para hosteleros. También necesitamos impulsar la cultura del consumo responsable y ecológico entre los visitantes. La demanda existe, pero aún falta estructura y promoción para convertir a Andalucía en un referente real del turismo gastronómico sostenible.





Javier Martínez: “Lo más importante es nuestro posicionamiento en el sector energético en España”



ENTREVISTA

JAVIER MARTÍNEZ
PRESIDENTE MARWEN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Marwen ofrece una amplia gama de servicios, desde auditorías energéticas hasta el desarrollo de software. ¿Cómo logra mantener la tranquilidad y la especialización en áreas tan diversas? ¿Tienen equipos dedicados para cada una o un enfoque más multidisciplinar?

Marwen es una compañía de consultoría e ingeniería que lleva casi 20 años de trayectoria en el mercado.

Realmente nació en el sector de la eficiencia energética, pero durante todos estos años se han ido creando distintos equipos específicos hasta consolidar 5 áreas distintas de funcionamiento, que son las que tenemos actualmente: eficiencia energética, cambio climático, verificación, soluciones TIC y estrategia empresarial.

Hemos ido evolucionando en función de la demanda del mercado. Estas 5 áreas están enfocadas en 2 líneas de trabajo más amplias, que son sector energético y digitalización de empresas.

La integración de últimas tecnologías y prácticas innovadoras en los proyectos debe ser muy importante. ¿Hay

alguna tecnología emergente en particular que estudiando incorporar en sus soluciones de sostenibilidad?

Marwen trabaja desarrollando tecnología, incorporando innovación, está dentro de nuestro ADN. Nuestra estructura cuenta con un equipo de I+D+i, que trabaja para mejorar los procesos internos y para ser más competitivos.

Desarrollamos tecnología, sobre todo software para poder mejorar nuestros procesos, además de incorporar equipos hardware que

nos ayudan a ser más eficientes.

En la actualidad, ¿hay algún proyecto en concreto que les emocione en el que estén trabajando y que tenga una proyección muy amplia?

Actualmente somos la única Pyme de España que cuenta con una acreditación ENAC (Entidad Nacional de Acreditación), para la verificación energética el mercado por CAE. Para nosotros en un hito, estamos participando y aportando valor en la generación de ahorro a nivel nacional.



Trabajamos con el Ministerio de Energía, participamos como agentes para certificar y verificar ese ahorro.

Más allá del ámbito nacional, se han expandido con su actividad a otras áreas geográficas, como Latinoamérica y África.

A lo largo de estos 20 años hemos trabajado en 18 países diferentes, desarrollando proyectos en el área energética, proyectos de

eficiencia energética o energías renovables. Contamos con muchos proyectos en Latinoamérica, por ejemplo acabamos de finalizar una eficiencia energética en el Caribe y en Colombia. Actualmente estamos trabajando en proyectos de auditoría en empresas de Marruecos.

Dado el éxito de expansión y su actividad en el ámbito internacional, ¿consideran que hay algún mercado o región en el que piensen que pueden expandirse en futuras internacionalizaciones?

Así es, contamos con un mercado fundamental, como es Marruecos, donde somos la única empresa extranjera que está homologada por el Ministerio de Energía para el desarrollo de auditorías energéticas, nos aporta un posicionamiento importante para poder consolidar nuestra presencia en el país, donde llevamos trabajando más de 10 años, pero sabemos que nos va a hacer dar un paso importante.

A modo de conclusión, nos gustaría conocer, ¿cuál es su visión a largo plazo para seguir siendo líderes en la transición energética y digital, tanto a nivel nacional como internacional?

A nivel nacional, somos la única Pyme que tiene una acreditación ENAC para la verificación de ahorro y es un mercado que se está duplicando, tiene una tasa de crecimiento superior al 50% hasta el 2030, entendemos que vamos a seguir creciendo a nivel nacional en verificación de ahorros energéticos.

A nivel internacional, nuestro enfoque es trabajar por proyectos, no contamos con esa visión tan a largo plazo de estar implantados en distintos países, pensamos que nos funciona mejor dar respuesta a los proyectos que nos van surgiendo. Actualmente pensamos que lo más importante es nuestro posicionamiento en el sector energético en España y el incremento en I+D+i con el centro de innovación que hemos abierto recientemente.





ENTREVISTA

JUAN ESCOBAR
INGENIERO AMBIENTAL
Y GERENTE DE SACH

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Como Gerente de Sach, nos gustaría conocer, en líneas generales, ¿cuál es la misión principal de la empresa y cómo se alinea con las necesidades ambientales actuales?

Nuestra empresa Servicios Ambientales Las Chozas (Sach), comenzó su actividad en el año 2013, nos dedicamos a la transformación de los restos vegetales de hortícolas que se generan en los invernaderos de Almería y de los destriés en el proceso de manipulado para transformarlo en compost. Este producto se vuelve a distribuir a los distintos productores de la zona para volver a producir productos hortícolas, por lo tanto, es un exponente total de la bioeconomía circular.

Todo esto teniendo unas garantías ambientales, por ello, somos gestores autorizados por la Junta de Andalucía, en el cual se controla que los procesos respetan el medio ambiente y no generan problemas ambientales.

¿Cómo valoran su trayectoria? ¿Cómo han transcurrido estos últimos años para la empresa?

La trayectoria ha sido compleja, porque es un sector muy específico. Los restos vegetales en cantidades, intensidad y con las características que hay aquí, no lo hay en ninguna otra parte del mundo.

Cuando Sach empezó a operar, nos encontramos con muchas dificultades, entre ellas la presencia de un tutor, un hilo plástico, que lleva el residuo vegetal y que hay que retirar. Hemos tenido que desarrollar sistemas de tratamiento, de triturado, de volteo y de cribado específicos con nuestra carga y nuestro personal.

Hemos conseguido tener un proceso controlado y ahora estamos trabajando para cumplir unos requisitos legales más específicos que marca la administración.

A partir de septiembre no podremos recibir residuos vegetales con rafas plásticas, solo rafas biocompostables o biodegradables, o que el agricultor retire el tutor de polipropileno antes de traerlo a nuestro centro. Por ello, en este último año también hemos trabajado mucho en difusión, en información, en prueba de materiales, en ensayos de compostaje, etc.

Hemos trabajado para dar información al agricultor de las distintas formas que tiene de proceder. También hemos estado desarrollando una serie de grupos operativos de productos de investigación que queremos continuar en el futuro.

Concretamente, me hablaba de los agricultores, por ejemplo, pero



Juan Escobar: “La bioestimulación va a ser fundamental para la agricultura”

¿con qué tipo de industrias o sectores suelen colaborar estrechamente y en su práctica habitual?

Fundamentalmente trabajamos con el agricultor y, de forma anexa, también con los centros de manipulación, sobre todo cooperativas y empresas que se dedican a la comercialización de productos hortofrutícolas, todo el producto que está fuera de norma o que ha sufrido un golpe o no es susceptible de ser manipulado y transportado para la alimentación, nosotros lo transformamos también en compostaje.

Asimismo, ¿cómo ve usted el papel de la ingeniería ambiental y de Sach en particular en la adaptación y mitigación del cambio climático en los próximos años?

Consideramos que hay un potencial muy grande. Ahora mismo la ingeniería ambiental y todo lo relacionado con la estabilización de ambientes orgánicas y la economía circular y, sobre todo, la bioeconomía circular, con productos orgánicos va a permitir generar nuevos productos, que van a tener un valor añadido máximo.

Hay dos vías muy importantes, la bioestimulación va a ser fundamental para la agricultura para seguir produciendo con mejor calidad y con menos coste. Todo lo que es la mejora del suelo, a través de enmiendas orgánicas, va a ser una nueva revolución para la horticultura. También es cierto que nuestros centros, como son grandes centros logísticos, nos van a permitir distribuir distintas biomásas de distintos tipos a otras funciones que pueden ser interesantes. Entre ellas, la biometanización de forma directa.

Actualmente estamos trabajando con un proyecto para desarrollar una planta de biometanización, a través de restos vegetales. También otros biomateriales que se pueden producir a través de la biomasa que se genera en el sector productivo primario de Almería.

Muchas veces estas soluciones, como alimentación animal, granjas de insectos, biopolímeros, etc. El problema que hay es que logísticamente es muy difícil manejar residuos, porque el productor no genera el residuo para cuando lo necesita esa fábrica. Nosotros sí que podríamos hacer un cribado y una selección por nuestra masa crítica mayor y derivar a cada aplicación la biomasa que es más interesante para su proceso productivo. En este aspecto tenemos un potencial bastante gran los próximos años.

En este sentido, como ingeniero y gerente, ¿cuáles son los próximos desafíos



profesionales que le gustaría abordar en el ámbito de la sostenibilidad y la ingeniería ambiental? ¿Cuáles son, en línea general, los objetivos tanto de la empresa como de usted a nivel profesional?

Fundamentalmente va relacionado con lo que comentaba anteriormente. En primer lugar, tener la capacidad de análisis, tanto de las características físico-químicas de cada biomasa, como de su régimen de producción a lo largo del año, para poder suministrar a otras cadenas de máximo valor añadido.

Por otro lado, también diseñar y establecer los equipos que necesitamos para procesar esta biomasa y que pueda ser susceptible de valorizar energéticamente a través de la energía química, a través de la biometanización. También buscamos la estabilización de los restos vegetales para poder suministrar de forma homogénea a los centros de biometanización. Sobre todo, consideramos fundamental la mejora de tanto la fracción líquida como la fracción sólida que sacamos en nuestro proceso de valorización.

La biotecnología creo que es un reto muy importante de diseño de biofertilizantes que se pueden diseñar *exprofeso* para las características del suelo de cultivo y cada tipología de cultivo. En Almería contamos con un gran potencial para este sector.



ENTREVISTA

DAVID DÍAZ
CEO DE GEOTERMIA
INTEGRAL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Qué cambios ha experimentado Geointegral en el último año en términos de crecimiento, equipo o tecnología?

En los últimos ejercicios hemos tenido un crecimiento constante, en 2024 este se ha acentuado algo más, tanto en términos de volumen de negocio, como en EBITDA y equipo.

Al final de 2024 cerramos con 5 millones de facturación y un equipo de 50 personas, hoy en día tenemos cartera ejecutable superior a 8 millones para 2025 y somos más 65 personas.

La tecnología geotérmica es una tecnología completamente madura, por lo que no caben importantes cambios más allá de las mejoras que los fabricantes de bombas de calor geotérmicas van introduciendo en sus modelos y que habitualmente están relacionadas con el control y regulación de estas.

¿Cómo ha evolucionado la demanda de soluciones geotérmicas en España desde que iniciaron su actividad hasta la actualidad?

Como comentaba, la geotermia es una tecnología completamente madura, podemos encontrar casos de aplicación desde principios del siglo XX en Europa. Tradicionalmente se empleó en aplicaciones de calor, lo que, unido al hecho de que los principales fabricantes de bombas de calor eran centroeuropeos y que en España somos más demandantes de refrigeración, hizo que se introdujera más tarde en nuestro país. Entre otros factores.

Fuimos pioneros en la introducción de la geotermia en España, lo que conllevó un proceso de divulgación a ingenierías, arquitecturas y promotoras. En los primeros años, fueron pequeños proyectos unifamiliares los primeros en apostar por la geotermia. Conforme han transcurrido los años y existen referencias de los buenos resultados de estas instalaciones, las mencionadas ingenierías y arquitecturas, así como otras que progresivamente se han ido sumando, han ido apostando por la opción geotérmica para proyectos cada vez de mayor envergadura.

¿Qué tipo de clientes están apostando por la geotermia en estos momentos: particulares, empresas o instituciones públicas?

Mantenemos a nuestros clientes tradicionales del ámbito unifamiliar, no obstante, en los últimos 5 años se han sumado de forma importante proyectos plurifamiliares y terciarios, como hoteles, hospitales, sedes corporativas o públicas, por ejemplo.

David Díaz: “Fuimos pioneros en la introducción de la geotermia en España”



Cabe mencionar especialmente el incremento de la geotermia en proyectos públicos, empiezan a ver la luz importantes proyectos ya en licitación o fase de ejecución. Aquí vemos como organismos como el MITECO, Adif o Aena, por ejemplo, están introduciendo Geotermia en proyectos de rehabilitación o nuevas infraestructuras, pero también podemos observarlo en Ayuntamientos y Diputaciones.

¿Cómo afecta la legislación actual (subvenciones, normativas de eficiencia, etc.) al desarrollo de proyectos geotérmicos?

En cuanto a normativa, refiriéndonos a eficiencia (CTE y análogos aplicables), todo apunta a la Geotermia, pues en esta materia no hay ninguna tecnología que la alcance. No obstante en lo inherente a la realización del campo de captación así como otras cuestiones, como la acumulación centralizada de ACS, la normativa es bastante heterogénea en función de la comunidad autónoma e incluso, en ocasiones, de la provincia y ayuntamiento del que se trate.

Por suerte para nosotros no supone demasiado inconveniente dado que llevamos trabajando más de 14 años a nivel nacional, pero es cierto y somos conocedores de que puede suponer un problema para la ingeniería que desarrolla el proyecto en cuestión. Por tal motivo ofrecemos a estas ingenierías así como a sus arquitecturas un servicio de asesoramiento técnico en fase de diseño mediante el cual se alcance un proyecto correcto técnica y normativamente.

Respecto a incentivos y subvenciones, indudablemente ayudan, pero sí es cierto que la geotermia cada vez conlleva una inversión más parecida al de otras tecnologías térmicas renovables. Salvo en casos de potencias bajas, podríamos decir por debajo de 50 kWt, la inversión es similar, por lo que es principalmente al sector residencial unifamiliar al que desde un punto de vista económico sirve de estímulo.

¿En qué consiste el sistema de climatización de piscinas con geotermia?

El esquema de principio para esta aplicación es en realidad similar al de muchos otros.

En virtud de la masa de agua a calentar o enfriar (hay casos en los que se puede demandar frío, spas entre ellos) y demás parámetros (características constructivas del emplazamiento, ubicación y climatología) se determina la potencia térmica de producción necesaria.

En base a dicha potencia y a las características del terreno, se dimensiona el campo de captación necesario mediante el cual se realiza el intercambio térmico con el terreno.

Una vez queda diseñado y ejecutado, el campo de captación queda conectado con la sala técnica en el que se instala una bomba de calor que alimenta a depósitos de inercia mediante los cuales, a su vez, se alimenta a un intercambiador de calor para la climatización de piscinas.

La ventaja de esta opción es que es posible aprovechar el calor que una bomba geotérmica produce colateralmente cuando produce frío para climatización, ya que en lugar

de intercambiarlo con el campo de captación, si se implementa esta opción se puede emplear para calentar o atemperar la piscina sin coste alguno. Es una cuestión que se demanda bastante por ejemplo en proyectos con piscinas comunitarias muy sombreadas para que la temporada de baño pueda alargarse desde abril a octubre.

De cara al futuro, ¿cómo imagina Geointegral su impacto en la transformación energética de ciudades y comunidades enteras?

De hecho es uno de los principales vectores de crecimiento que contemplamos.

Son conocidas redes urbanas de calefacción, por ejemplo mediante el empleo de vectores, como gas natural o, incluso de suministro, como pueden ser las que aprovechan calor residual de industriales o disponen de centrales de producción mediante combustión dedicadas.

En la actualidad ya se están implementando redes térmicas de 5ª generación, en las que se distribuye calor y frío de muy baja temperatura a partir de producción descentralizadas mediante de geotermia. También, de modo más incipiente, se están desarrollando redes, podríamos llamar de 6ª generación, en la que no se distribuye calor o frío, sino que se enfocan a un intercambio térmico compartido al que se conectan las salas técnicas de producción de climatización y ACS de los edificios de viviendas, negocios e industrias de un determinado distrito.

Sin duda, el modelo de ciudad futura pasa por estos conceptos.





Alberto Jiménez Madrid: “Todos los temas relacionados con el medio ambiente van a ser claves en el futuro”



ENTREVISTA

ALBERTO JIMÉNEZ MADRID
DIRECTOR GENERAL
PROAMB

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Ya hace un año desde que tuvimos nuestra última entrevista y nos gustaría conocer, ¿cómo evalúa el impacto de sus proyectos del año pasado en términos de sostenibilidad y equilibrio entre medioambiente, sociedad y economía?

El balance es positivo porque la empresa sigue en crecimiento desde su nacimiento, allá por el año 2016, en 2026 cumpliremos 10 años. Tanto el Departamento Técnico como el Departamento de Educación y Concienciación Ambiental han evolucionado año tras año y los proyectos ponen de manifiesto que la conciencia y la

sostenibilidad como valor añadido están presente en la sociedad, hay camino recorrido, pero sin lugar a dudas nos queda todavía camino por recorrer.

Actualmente, ¿en qué se encuentran inmersos trabajando?

Desde el Departamento Técnico tenemos proyectos relacionados con la planificación hidrológica, la valoración de recursos naturales, ordenación del territorio, implantación de sistemas de energías renovables y de movilidad.

En cuanto al Departamento de Concienciación y Educación Ambiental, tenemos actividades formativas, educacionales, relacionados con residuos, agua, energía, movilidad, economía circular, climático, etc.

Teniendo en cuenta lo comentado, en líneas generales, ¿cuáles son los objetivos que se han marcado para este 2025? ¿Van en buena senda de lograrlo?

Nuestros objetivos siempre giran en torno a la estabilidad, ese nivel de confianza que tenemos

con nuestros clientes, tanto públicos como privados. Estamos muy satisfechos, cumpliendo objetivos año a año.

En el Departamento Técnico, ¿qué metodologías utilizan para evaluar la incidencia ambiental de los proyectos de sus clientes y cómo se aseguran de que practiquen sostenibles durante su desarrollo?

El Departamento Técnico, principalmente, está basado en una gran experiencia y una formación adecuada para todo tipo de proyectos. Utilizamos metodologías, sin lugar a duda, innovadoras, a las cuales aplicamos una actualización continua, porque es un departamento muy dinámico, que exige una formación prácticamente diaria para estar a la vanguardia de todo lo que nace y crece dentro del paradigma del medioambiente.

Asimismo, ¿qué iniciativas han implementado en vuestro Departamento de Educación Ambiental? ¿Podría describir algún proyecto o taller específico que haya tenido un impacto positivo tanto en la comunidad como en lo que se refiere a la sensibilización ambiental?

Principalmente participamos en proyectos tanto públicos como privados, pero sí vemos que cada vez las empresas acuden más a nosotros para hacer un programa formativo continuo en materia de medioambiente para sus empleados.

Esto sí es un hito importante en la sociedad, que está cambiando en materia de responsabilidad social de cada corporación.

¿Buscan establecer alianzas estratégicas con universidades, empresas u otras entidades para abordar estos desafíos ambientales?

Sí. Contamos con colaboradores públicos, privados, universidades, empresas, etc. Siempre buscamos la sinergia con el resto de los profesionales que se dedican al medioambiente y, sin lugar a duda, en todo aquel proyecto donde creemos que podemos llegar más lejos yendo acompañados, lo hacemos así.

Poniendo el foco en el futuro, ¿qué nuevas iniciativas o proyectos específicos tienen planificados para avanzar en sus objetivos de sostenibilidad?

Considero que en el futuro hay temas muy importantes que van a marcar el camino, no solo del medioambiente, sino de la sociedad y la economía. Creo que fundamentalmente van a ser el agua y los residuos, es decir, una planificación hidrológica adecuada, de tal forma que existan los recursos y que se gestionen de forma adecuada para que puedan sustentarse a lo largo del tiempo y, sobre todo, la economía circular y disminuir la tasa de residuos lo máximo posible, que para ello la economía circular va a jugar un papel importan-

te, además del agua y los residuos. La movilidad y la energía también son elementos claves para el futuro del medioambiente. En definitiva se trata de implantar una ordenación del territorio adecuada a todos los espacios.

“Todos los temas relacionados con el medio ambiente van a ser claves en el futuro, pero especialmente el agua y los residuos van a marcar el camino, no solo del medioambiente, sino de la sociedad y la economía. La movilidad y la energía también son elementos claves para el futuro del medioambiente”

En este sentido, ¿cuál es su visión a largo plazo para PROAMB en el contexto de la sostenibilidad y cómo creen que vuestros esfuerzos contribuirán a un futuro más equilibrado y consciente del medioambiente?

El futuro de PROAMB pasa por seguir trabajando como lo hacemos, seguir exigiéndonos a nosotros mismos, seguir cumpliendo con los objetivos que nos marcamos al inicio de cada proyecto y no cesar en esa formación continua y diaria de todo nuestro equipo que nos hace estar a la vanguardia y consolidar la confianza de nuestros clientes.

¿Cómo se plantea PROAMB su futuro?

Consideramos que es clave estar partiendo del conocimiento y dejando siempre nuestro granito de arena, como, por ejemplo, en nuestro programa de responsabilidad social corporativa, en el que llevamos el medioambiente a todos los sectores, sectores más desfavorecidos, a enfermos, a personas que requieren una formación específica, dentro de nuestra responsabilidad social corporativa colaboramos con muchas asociaciones para llevar el medioambiente a todos los sectores de la sociedad.





Rocío Rodríguez: “Andalucía tiene todos los ingredientes para convertirse en una región líder en sostenibilidad”

ENTREVISTA

ROCÍO RODRÍGUEZ

COORDINADORA ÁREA INGENIERÍA
AMBIENTAL GTA INGENIERÍA Y
MEDIO AMBIENTE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

A mitad del año 2025, ¿cómo valoran el cierre del ejercicio 2024 para GTA Ingeniería y Medio Ambiente en términos de crecimiento, consecución de objetivos y posicionamiento en el mercado?

El ejercicio 2024 fue especialmente significativo para nosotros, no solo por los buenos resultados obtenidos, sino también porque coincidió con una fecha muy especial, el aniversario de GTA, cumplimos más de dos décadas de trayectoria y lo celebramos con la satisfacción de haber consolidado un proyecto que empezó con mucha ilusión y hoy es una referencia en ingeniería y consultoría ambiental en Andalucía y en otras regiones del país.

Durante este año experimentamos un crecimiento sostenido en número y diversidad de proyectos, pero sobre todo en la calidad técnica y estratégica de lo que ofrecemos.

Reforzamos nuestras capacidades en ámbitos como la restauración ecológica, la economía circular y la adaptación al cambio climático. Son líneas que ya forman parte de nuestra identidad como empresa.

Además, apostamos por nuevas herramientas digitales, lo que nos ha permitido mejorar nuestra eficiencia y aportar más valor a los clientes. Tal vez lo más importante es que reforzamos nuestra relación con socios estratégicos, administraciones y empresas que ven en GTA no solo a un proveedor, sino a un aliado comprometido con los retos ambientales del presente y del futuro.

En general, este aniversario ha sido una oportunidad para mirar hacia atrás con orgullo, pero también para proyectarnos hacia adelante con energía renovada.

Sin duda alguna, el panorama económico y normativo está en constante cambio. ¿Cómo están gestionando la incertidumbre actual y qué medidas está tomando para asegurar la resiliencia de la empresa?

La incertidumbre siempre es una constante, especialmente en nuestro sector, donde las normativas ambientales evolucionan muy rápido y los marcos de financiación también. En GTA hemos aprendido a no solo a reaccionar, sino a anticiparnos.

Una de las claves está en mantenernos actualizados, tanto en el plano técnico como el legal. Por ello, damos mucha importancia a la formación continua del equipo y al seguimiento de las políticas europeas, estatales y autonómicas.

Otra medida importante ha sido diversificar nuestros servicios. Aunque nacimos muy centrados en ingeniería ambiental, hoy ofrecemos también asesoramiento estratégico en sostenibilidad, en materia de economía circular y apoyo técnico para fondos europeos. Esto nos permite adaptarnos a distintos contextos y tipos de clientes.

Además, fomentamos una cultura interna muy colaborativa, en la que compartimos experiencia entre áreas y aprendemos conjuntamente. En esa línea, recientemente firmamos un convenio de colaboración con la Universidad de Huelva para la creación de la Cátedra en Economía Circular, un espacio que no solo va a permitir generar conocimiento compartido, sino también desarrollar proyectos piloto y estudios que nos ayuden a anticipar soluciones innovadoras frente a los retos ambientales actuales. Esta conexión con el mundo académico es clave para mantenernos a la vanguardia y ser más resilientes.

¿Cómo están integrando las soluciones basadas en la naturaleza en sus proyectos de Ingeniería y Consultoría Ambiental? ¿Ven un aumento de interés en estos proyectos?

Sí, totalmente. Las soluciones basadas en la naturaleza están ya muy presentes en nuestros proyectos. En GTA llevamos muchos años trabajando en restauraciones de cauce, en



recuperación de zonas degradadas, creación de infraestructuras verdes, pero en los últimos años hemos notado un cambio muy significativo. Ahora estas soluciones se entienden no como algo complementario, sino como una opción principal y fiable para muchos retos ambientales. Por ejemplo, estamos trabajando en proyectos de renaturalización urbana, que no solo mejoran el entorno desde el punto de vista ecológico, sino que también aportan beneficios sociales y económicos.

Las Administraciones locales cada vez nos piden más propuestas que incluyan este tipo de enfoque, y eso es una muy buena noticia.

También vemos que se está generalizando la idea de que invertir en naturaleza es una forma inteligente de prevenir riesgos climáticos. Esto ha hecho que entidades públicas y privadas empiecen a tomarse muy en serio este tipo de soluciones, y nosotros estamos encantados de poder aportar experiencia y visión en esta transición.

Desde la perspectiva de GTA, ¿cuáles serán los próximos grandes desafíos para la ingeniería ambiental en la próxima década? ¿Cómo creen que las empresas de su sector deben prepararse para ello?

Estamos convencidos de que los próximos grandes desafíos estarán muy marcados por el cambio climático y por la necesidad de adaptar los entornos urbanos, rurales e industriales a una nueva realidad ambiental.

Nos enfrentamos a fenómenos extremos, a una mayor presión sobre los recursos naturales y a una creciente exigencia en materia de cumplimiento normativo y transparencia ambiental.

Otro reto importante será incorporar tecnología de manera inteligente, integrar la información de forma útil para la toma de decisiones. Además, va a ser fundamental establecer alianzas, ninguna empresa, por muy preparada que esté, puede afrontar sola los retos ambientales que vienen.

“Damos mucha importancia a la formación continua del equipo y al seguimiento de las políticas europeas, estatales y autonómicas”

La colaboración público-privada, la participación ciudadana y el enfoque multidisciplinar van a ser clave para encontrar soluciones que funcionen a largo plazo.

Para concluir, ¿qué visión tiene sobre el futuro de Andalucía en términos de sostenibilidad y desarrollo verde, y qué papel aspira a jugar GTA Ingeniería y Medio Ambiente en esta evolución?

Andalucía tiene todos los ingredientes para convertirse en una región líder en sostenibilidad, tiene una biodiversidad única, un enorme capital natural y cada vez más conciencia institucional y social. Pero también tenemos retos muy específicos, como la gestión del agua, la lucha contra la desertificación o la necesidad de reequilibrar el desarrollo territorial. Desde GTA queremos seguir siendo un agente activo en esta transformación.

Nos sentimos parte del ecosistema andaluz de innovación ambiental y aspiramos a acompañar a las administraciones, a las empresas y comunidades en su camino hacia modelos más resilientes y justos.

Creemos que nuestro papel es aportar rigor técnico, compromiso ambiental y cercanía en el trato, y, sobre todo, seguir aprendiendo cada día de los proyectos de nuestros clientes y del territorio andaluz.



Juanma Revuelta: “Es fundamental seguir invirtiendo en energías renovables”

ENTREVISTA

JUANMA REVUELTA
DIRECTOR GENERAL FINNOVA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Finnova se posiciona como una fundación que impulsa la innovación y el emprendimiento a través de fondos europeos. ¿Cuál cree que es el factor diferencial que les ha permitido consolidarse como un actor clave en este ecosistema frente a otras entidades con objetivos similares?

Nuestra presencia física en Bruselas, que es donde tenemos nuestra sede principal, nos permite conocer de primera mano los fondos europeos que da la Unión Europea a la innovación en distintos ámbitos. Nuestro objetivo es fomentar la innovación y el emprendimiento a través de la economía circular, el uso de energías renovables, la gestión de aguas recicladas, etc.

La Unión Europea es el gran generador de la legislación que nos afecta en España, por lo tanto, es fundamental que las empresas conozcan el marco legislativo.

En cuanto a nuestra visión global, ayudamos a empresas en el binomio innovación-in-

ternacionalización, por ello, tenemos antenas en Chile y en Argentina y desde hace dos años hemos empezado con proyectos tanto en África como en Asia.

En un panorama donde la innovación y la sostenibilidad son cada vez más relevantes, ¿cómo se aseguran de que los proyectos que apoyan no solo sean viables económicamente, sino que también generan un impacto positivo y duradero en la sociedad y en el medio ambiente?

Como fundación sin ánimo de lucro siempre valoramos la dimensión social en todos los proyectos en los que participamos, vamos a intentar que se vea la visión de la integración sociolaboral a través del trabajo de colectivos que están fuera del mercado laboral, como mayores de 45 años con hijos, desempleados, la reincorporación al mercado laboral de mujeres que abandonaron o dejaron en pausa sus carreras por la maternidad, colectivos vulnerables, y personas que han sufrido acoso laboral.

¿Qué tipo de apoyo considera esencial que Finnova ofrezca a los proyectos para maximizar sus posibilidades de éxito a largo plazo?

Contamos con distintos tipos de acciones. Por un lado, al emprendedor con aire innovador le orientamos sobre cómo encajar su proyecto en una convocatoria concreta para obtener subvenciones de la Unión Europea.

Por otro lado, contamos con mentorización, con cursos de formación para que el emprendedor pierda el miedo de pedir estos fondos europeos y aprenda a gestionarlos.

En la parte social estamos trabajando con el Ministerio de Asuntos Sociales en fomentar los trabajos sociales, tenemos varios programas abiertos, enfocados a colectivos vulnerables.

Mirando hacia el futuro, ¿en qué área temática o sectores emergentes ven un mayor potencial para la inversión de fondos europeos y dónde cree que Finnova puede jugar un papel aún más estratégico?

En primer lugar, sin duda, en la industrialización de la vivienda sostenible, hay un gran problema con el tema de la construcción, faltan viviendas, por lo tanto, solo la innovación va a permitir abaratar estos costes y solucionar el tema de la vivienda, sobre todo, para los más jóvenes.



El segundo tema son las tecnologías de doble uso, son tecnologías para usos civiles, pero que, fruto de los últimos acuerdos de la OTAN y de los requerimientos que tiene España, nos va a obligar a invertir un 5% del PIB en inversiones de carácter de seguridad, defensa y tecnología de doble uso. Estas tecnologías son, por ejemplo, drones que nos van a permitir avanzar en temas de seguridad, garantizar la soberanía energética en hospitales, etc. En definitiva, trabajar en tecnologías que nos permitan avanzar y mejorar.

También consideramos fundamental seguir invirtiendo en la mejora de las energías renovables, hecho que queda demostrado con el último apagón.

España es el peor país, de los 27 que forma la Unión Europea, en haber justificado los fondos desde 2014 a 2020, tenemos de margen hasta diciembre de este año para justificarlo. Estamos en riesgo de no poder absorber los fondos *Next Generation* que aprobó la Unión Europea con motivo del COVID. En un año vamos a tener que publicar, justificar e invertir estos fondos, por lo que se requiere una colaboración de todas las administraciones públicas y unas alianzas para no perder todo ese dinero que necesitamos.

Es un desafío crucial para solventar problemas sociales.

Así es, también contamos con retos jurídicos, ya que España es el peor país de los 27 en implementar a tiempo las directivas europeas que se han firmado y aprobado en Consejo de ministros, a modo de ejemplo, España tendría que haber implementado ya la directiva que exige de declaración del IVA a las micropymes y a los autónomos que no llegan al umbral de 80.000 euros, es decir, casi todos.

Implica que no tendrían que hacer una declaración de IVA trimestral, que el IVA que soportan debería ser considerado como gasto. Al no verse implementado, la Unión Europea ya ha abierto un procedimiento de infracción.

En materia de medio ambiente, España también cuenta con varios procedimientos de infracción abiertos, por incumplimiento de la directiva de la calidad del aire en ciudades, de depuración y calidad de aguas y, por ejemplo, por incumplimiento en materia de ruidos, ya que muchas ciudades españolas no vigilan adecuadamente estos temas.

Todo ello conlleva muchas diarias, por lo que deberíamos poner en marcha los procedimientos legislativos para darle solución. Portugal es el mejor país en absorber y utilizar los fondos europeos, tenemos mucho que aprender de nuestro país vecino.





Julio Campos: “Conservar y crecer no están reñidos”

ENTREVISTA

JULIO CAMPOS
GERENTE FUNDACIÓN
ANDANATURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Julio, la Fundación Andanatura lleva años trabajando por el desarrollo sostenible. ¿Podría explicarnos cómo ha evolucionado su misión desde sus inicios hasta la actualidad, adaptándose a los desafíos y oportunidades en materia de sostenibilidad?

En 2024 la Fundación Andanatura ha cumplido 30 años. Es una organización ya madura, con una trayectoria consolidada.

Cuando nacimos, lo hicimos de la mano de la Consejería de Medio Ambiente, con una misión principal muy centrada en la conservación, promoción y divulgación de la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía. Contábamos entre nuestros patronos con la propia Consejería y otras entidades. También comenzamos a apoyar una iniciativa novedosa en aquel entonces: la marca “Parque Natural de Andalucía”, como instrumento de valorización de productos procedentes de dichos espacios.

En aquel momento, éramos una fundación muy centrada en la conservación y promoción de los espacios naturales protegidos. Andalucía cuenta con 24 parques naturales y 3 parques nacionales, por lo que su territorio protegido es muy significativo.

Con el paso del tiempo, como todas las organizaciones, hemos evolucionado para adaptarnos a las nuevas necesidades sociales, siempre dentro de nuestro objeto fundacional. Desde nuestra creación en 1994, y especialmente a partir de los años 2000, nuestra estrategia se ha orientado hacia el desarrollo socioeconómico sostenible.

Este enfoque se alinea con lo que hoy se denomina “conservación dinámica”. ¿A qué nos referimos con este concepto? En los espacios naturales protegidos, especialmente en los parques naturales, viven personas. La fijación de la población al territorio y la existencia de empresas y actividades económicas sostenibles son claves para garantizar la conservación. Trabajar con estas personas y empresas permite desarrollar un

modelo de crecimiento equilibrado que, al mismo tiempo, protege el medio natural.

La Fundación ha seguido realizando proyectos de conservación y divulgación, como al inicio, pero con una doble perspectiva. Por un lado, ejecutamos proyectos de conservación en sentido estricto: recuperación y protección de humedales, actuaciones con aves esteparias, sistemas forestales como la dehesa, etc. Por otro, desarrollamos iniciativas centradas en el desarrollo socioeconómico sostenible, colaborando con empresas del territorio.

¿Por qué con empresas? Porque buscamos que se asienten en el medio rural entidades sólidas, con capacidad para competir, crear empleo de calidad y ofrecer oportunidades reales a las nuevas generaciones. La permanencia de población y empresas en el territorio contribuye, además, a los objetivos de conservación, evitando el abandono y los problemas ambientales asociados, como los incendios forestales o la degradación del paisaje.

En este año 2025, ¿en qué líneas de actuación están centrando sus esfuerzos? ¿Podría destacar algún proyecto especialmente relevante?

Actualmente estamos impulsando proyectos tanto de conservación como de desarrollo socioeconómico. En el ámbito de la conservación, estamos intensificando una herramienta que utilizamos desde hace tiempo: la custodia del territorio. Este instrumento permite implicar a propietarios privados (de fincas agrícolas, forestales o incluso espacios marinos) en la gestión sostenible de sus terrenos.

Hoy por hoy, mantenemos acuerdos de custodia agraria y fo-

restal en más de 2.500 hectáreas en Andalucía. Nuestro objetivo a corto plazo es alcanzar las 10.000 hectáreas, lo que supondría un hito muy relevante. Aunque en otros territorios esta figura está más implantada, en Andalucía estamos avanzando con paso firme.

En cuanto al desarrollo socioeconómico, ejecutamos ocho proyectos con financiación europea, tres con financiación nacional y otros con apoyo autonómico o provincial. Trabajamos, por ejemplo, en la valorización de productos procedentes de la dehesa, para que su rentabilidad no dependa de una carga ganadera excesiva. Apostamos por mejorar la comercialización, abrir mercados internacionales a través del proyecto Export Plus, eliminar barreras idiomáticas y administrativas para pequeñas empresas, y ayudarles a profesionalizarse y ser más competitivas.

“Estamos protegiendo ya 2.500 hectáreas privadas mediante acuerdos de custodia del territorio, y aspiramos a alcanzar las 10.000”

También desarrollamos iniciativas en el ámbito de la economía social, fomentando el modelo cooperativo como estrategia de



crecimiento, así como proyectos de digitalización para aumentar la madurez digital del tejido empresarial rural.

En definitiva, todos nuestros proyectos comparten un mismo objetivo: dotar a las empresas de herramientas de competitividad, haciendo que sean resilientes, innovadoras y sostenibles.

En este contexto, imagino que las alianzas resultan fundamentales. ¿Qué tipo de colaboraciones considera más valiosas para alcanzar sus objetivos?

Sin duda. En Andanatura tenemos claro que uno de nuestros mayores activos es nuestra red de colaboración, tanto a nivel nacional como europeo. Esta red nos da fuerza, nos permite compartir conocimiento, ganar experiencia y abordar proyectos ambiciosos en consorcio con entidades públicas y privadas, como fundaciones similares a la nuestra en Portugal o Francia.

Este trabajo en red no solo es esencial para nosotros como organización, sino que también lo trasladamos a las empresas con las que colaboramos. En todos nuestros programas insistimos en que la cooperación empresarial, la asociación y la compartición de recursos son claves para que las pymes rurales ganen volumen, competitividad y capacidad de supervivencia.

Creemos firmemente que trabajar en red es la estrategia más eficaz tanto para organizaciones como para empresas.

A pesar de todo lo comentado, el camino hacia la sostenibilidad conlleva desafíos. ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta la Fundación en su día a día y cómo los abordan?

Afortunadamente, la conciencia en torno a la sostenibilidad ha avanzado mucho, tanto en el ámbito personal como empresarial. Hoy en día, como consumidores, exigimos a las empresas que sean sostenibles, y estas han entendido que ese es el camino correcto. Las grandes empresas ya lo han integrado en su estrategia.

Nuestro reto está en que las pequeñas y medianas empresas no se queden atrás. Las pymes rurales, de por sí, ya trabajan en entornos sostenibles, pero muchas veces no saben cómo comunicar ese valor añadido.

Por ello, uno de nuestros objetivos es ayudarles a incorporar la sostenibilidad como un factor de competitividad. Queremos que la utilicen para atraer clientes concienciados, pero también para mejorar su eficiencia y reducir costes a través de prácticas sostenibles como la eficiencia energética.

Al final, se trata de que tomen decisiones empresariales inteligentes que integren la sostenibilidad en su estrategia, tanto por responsabilidad como por rentabilidad. Creemos que esta es la dirección correcta para la economía rural y global.





María Gómez: “Nuestro propósito como empresa es crear un mundo más íntegro y consciente”



ENTREVISTA

MARÍA GÓMEZ
SOCIA GRUPO AXIUS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Nos gustaría conocer la trayectoria de Grupo Axius, ¿cómo ha evolucionado desde sus inicios hasta la actualidad?

Axius nació en 2008, cuando los temas de sostenibilidad no estaban tan presentes en los planes de las empresas y organizaciones.

A lo largo del tiempo, además de que era un momento en el que no estaba muy extendida la normativa y el enfoque actual, lo fuimos complementando con otros servicios, relacionados con la comunicación interna y externa, para crear cultura y sensibilización en estos temas.

En un inicio la visión de la Responsabilidad Social Corporativa, se enfocaba en la gestión del impac-

to negativo que pudieran tener las acciones de las empresas hacia el entorno y grupos de interés. Con el tiempo, fuimos evolucionando hacia la medición y gestión del impacto positivo en los tres pilares, económico, social y ambiental.

Actualmente, con esta evolución hemos percibido que es fundamental que las personas que están a cargo de los proyectos y de las empresas tengan como prioridad el propósito de las empresas más allá de generar beneficio económico.

Probablemente fuimos pioneros en su momento en centrarnos en este tipo de proyectos, hemos ido evolucionando conforme las empresas iban requiriendo nuevos servicios.

¿Qué nos puede comentar acerca de los servicios que ofrecen y de los sectores a los que se dirigen mayoritariamente?

Axius cuenta con un enfoque multisectorial, aunque, de forma natural, nos hemos inclinado más

hacia los sectores agroalimentario y retail, también hemos trabajado con empresas de transporte, energía, embalaje, comunicación, sector financiero, etc.

En cuanto a los servicios, ofrecemos desde planificación estratégica, relacionado con la sostenibilidad, para ayudarles a cumplir metas y reducir riesgos de negocio. Sabemos que las empresas deben ser rentables para funcionar, en cualquier sector, pero consideramos importante que para ser competitivos, deben ser sostenibles en diferentes aspectos, con sus clientes, proveedores, trabajadores, el medio ambiente y demás grupos de interés.

Además de esta parte de planificación estratégica, también va de la mano con el reporte de toda esta gestión y de los objetivos y retos, a través de la elaboración de memorias anuales de sostenibilidad.

En algunos casos acompañamos en certificación, somos muy afines al movimiento B Corp, que cada vez está cobrando más fuerza en Europa. Viene de Estados Unidos, pero aquí en Europa ha crecido 38% en los últimos años y en España ya supera las 280 empresas. Se han sumado tanto grandes empresas como Hijos de Rivera, Central Lechera Asturiana o Camper como pymes con propósito.

Nos encargamos de realizar este acompañamiento a empresas que quieran sumarse a esta comunidad, ya que requiere cumplir con altos estándares de desempeño social y ambiental.

¿Considera que este compromiso con la sostenibilidad se erige como una ventaja competitiva para cualquier

compañía en el mercado actual? ¿Cómo está influyendo en la percepción de los clientes e incluso en la atracción de talento?

Creo que las ventajas son múltiples. Por un lado, lo vemos como el acceso a financiación, tanto pública como privada. La inversión en ambiental, social y en gobernanza (ESG por sus siglas en inglés), está en auge, sigue en proceso de crecimiento, un 30% en los últimos 5 años. Para poder optar a esta financiación sostenible, las empresas deben presentar proyectos que cuenten con una medición de su impacto a nivel social y ambiental, y que sean acordes a lo económico.

Por el lado de clientes o consumidores, también hay muchos estudios de mercado, donde se muestra que cada vez hay más esa preferencia de compra. El realizado por NielsenIQ en 2024 concluyó que el 74% de los consumidores prefieren comprar a empresas que tienen un compromiso con la sostenibilidad. Es cierto que el precio sigue siendo un factor muy relevante, pero, sin duda, la sostenibilidad decanta esa preferencia de compra para marcas que sabemos que apoyan diferentes causas sociales o ambientales.

También existe beneficio desde la gestión de riesgos, en la actualidad, los riesgos climáticos y sociales, como la atracción y retención de talento, son los más significativos para las empresas, esperando a los económicos, y por lo tanto factores que afectan directamente en los resultados y productividad de las empresas.

Por lo tanto, al tener un propósito claro como empresa, que busca ganar dinero, pero acompañado de otras motivaciones para marcar una diferencia con otras empresas, resolviendo algún tipo de necesidad, que esté enfocado en el usuario, que esté hecho para durar, que realmente mejore la calidad de vida de los usuarios, que no tenga ningún tipo de consecuencia negativa, que los ayude a desarrollarse, etc. se traduce en una mayor probabilidad de permanecer y expandirse en el tiempo.

A modo de conclusión, en un contexto de constante cambio en todos los ámbitos, ¿cómo se prepara Axius para las futuras tendencias del mercado y los desafíos relacionados con la sostenibilidad?

Axius tiene la sostenibilidad muy intrínseca porque somos consultores especializados en sostenibilidad, nos dedicamos a acompañar a empresas u organizaciones en ese camino.

Para nosotros hay algo esencial que es estar al día y actualizados, esto es fundamental, porque hay una regulación y una normativa muy cambiante, sobre todo aquí en Europa, como la reciente directiva de reporte (CSRD), diligencia debida en sostenibilidad (CSDDD) y taxonomía de finanzas sostenibles. Tenemos muy presentes a las personas, sabemos que es muy importante que todas las compañías tengan claro cómo quieren contribuir a la sociedad, por lo que necesitamos de todos los sectores para encontrar soluciones a retos que nos afectan a toda la sociedad.

Como consumidores, también tenemos un papel relevante, siendo conscientes de a quién compramos y a quién apoyamos en nuestro día a día. Nos preparamos para el futuro teniendo presente esta diversificación de soluciones, que pueda realmente ser una herramienta útil y práctica para una toma de decisiones más consciente. Consideramos que es fundamental tomar conciencia, ya que todo cambio parte de ahí, y seguir trabajando con la mayor coherencia posible, de forma colaborativa ofreciendo un acompañamiento a otras compañías.





Juan Carlos Cabrera: “Cover es una empresa consolidada y queremos seguir creciendo de manera consciente y sostenible”

ENTREVISTA

JUAN CARLOS CABRERA
DIRECTOR DE COVER
VERIFICACIONES ELECTRICAS SL.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Cover Verificaciones Eléctricas nació en 1986 en Valencia y hoy cuenta con más de 6 delegaciones en España, incluyendo Andalucía. ¿Cómo ha sido la evolución estratégica de la empresa hasta consolidarse como referente en el sector eléctrico?

La empresa nació con una vocación, en principio local, como empresa de mantenimiento y centro de transformación, pero fuimos creciendo y los socios fundadores

decidieron especializarse en el servicio de instalaciones de alta tensión y ahí tuvo lugar el punto de inflexión donde la empresa empieza a crecer más.

En este momento, ¿cuáles son los principales servicios que ofrecen y cómo se adaptan a las demandas actuales de sostenibilidad?

Nuestro principal servicio es el mantenimiento de alta tensión y ensayo predictivo de alta tensión, son los principales mercados donde nos movemos.

Actualmente el sector está muy tensionado por el aumento de las energías renovables, lo que hace que continuamente nos estemos adaptando a las necesidades del mercado, contratando personal, realizando formaciones internas, adquiriendo nuevos equipos y de última generación, etc.

Poniendo el foco en sus clientes, ¿qué sectores empresariales representan su cliente la más habitual?

Principalmente trabajamos con el sector industrial, que es donde hay instalaciones de alta tensión, y también con el sector de las energías renovables, plantas de generación de energías renovables, tanto eólica, fotovoltaica, termosolar, etc.

Han implementado en certificaciones y herramientas digitales, ¿qué ventajas os aportan a nivel de eficiencia y competitividad?

La digitalización de los procesos nos está llevando a tener controlado el Big Data, conociendo todos los datos que poseemos, lo que hace que podamos tener mucha información y optimizar parte de nuestros recursos, pero es realmente complicado aplicarlo al 100%.

Actualmente nos encontramos inmersos en un proceso de digitalización total de la empresa y estamos siendo conscientes de las dificultades que conlleva este tipo de procesos.

En líneas generales, ¿cómo valora la evolución del mercado andaluz en

“La digitalización de los procesos nos está llevando a tener controlado el Big Data”

cuanto a conciencia y compromiso con la sostenibilidad?

Es muy positivo, lo vemos en el día a día, ya que las empresas están muy concienciadas con la sostenibilidad y trabajan para ser cada día un poco más sostenibles.

Para concluir, ¿cómo vislumbra el futuro de Cover en Andalucía? ¿Cuáles son los objetivos que se marcan tanto a corto como a largo plazo?

Uno de los principales objetivos en la estabilización en el mercado, aunque es algo que ya hemos conseguido, pero no debemos ni queremos dejar de trabajar en ello. En Andalucía contamos con más de 20 años de trayectoria, Cover es una empresa consolidada y queremos seguir creciendo de manera consciente y sostenible, incorporando nuevos servicios dentro del sector del mantenimiento, implementando nuevas tecnologías que se están desarrollando.

Queremos apostar por toda la tecnología que está por venir, tanto en el sector de las energías renovables como en el industrial, queremos hacerlo de una forma estable y progresiva.



Francisco Robles: “Para Bodegas Robles la sostenibilidad es generar un equilibrio”

ENTREVISTA

FRANCISCO ROBLES
GERENTE BODEGAS
ROBLES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Bodegas Robles es una compañía con una larga trayectoria en la campiña cordobesa, ¿cómo resumiría la evolución de la empresa desde su fundación hasta día de hoy?

Bodegas Robles es una bodega familiar, actualmente dirigida por la tercera generación, aunque la cuarta generación ya está incorporada a la empresa. Bodegas Robles es un proyecto que comenzó nuestro abuelo, como viticultor, posteriormente mi padre fue quien asentó los pilares de este proyecto sobre el que hemos ido construyendo una idea de bodegas con una intensa marca sostenible y de calidad, dentro de la denominación de origen Montilla Moriles.

Hablando de innovación y de sostenibilidad, han desarrollado productos singulares, como pueden ser vinagres ecológicos, aliños o incluso biofertilizantes. ¿Cómo surge esa diversificación?

Esto viene motivado por un descenso generalista de los vinos andaluces, los vinos generosos, a finales de la década de los 90, cuando yo llevaba las finanzas y la contabilidad de la empresa, veo la necesidad, la tendencia a la baja, no solo de Robles, sino de todas las bodegas de esta tipología y, a partir de ahí, decido explorar posibilidades de innovación en modelos, tanto en productos, como en forma de procesos de agrónomo, y doy con la agricultura ecológica. En 1999 descubrí un horizonte nuevo, aunque era muy complicado llevarlo a cabo, pero la idea ya estaba, y poco a poco se fue desarrollando.

En ese proceso de formación y de exploración de mercado, nos damos cuenta de que, efectivamente, hay un mercado muy importante que demanda de alimentos ecológicos en Europa y, a partir de ahí, comenzamos a investigar y junto con la Universidad de Córdoba y la Diputación hacemos un proyecto de viticultura ecológica con manejo de cubiertas vegetales, que es el origen de un proyecto que después nos ha llevado a tener innova-

ción, no solo en productos, sino en procesos, como, por ejemplo, los biofertilizantes, recuperar un producto tan antiguo como el agroz o verjus, que además fue premiado el año pasado como mejor producto sostenible de España, en definitiva, hemos desarrollado con un criterio global de sostenibilidad toda nuestra actividad en la empresa, ya que calculamos la emisión de CO₂, contamos con energía fotovoltaica con baterías en nuestras instalaciones, introducimos procesos que nos permiten una economía circular más sostenible.

En estos últimos años, ¿cómo ha cambiado ese perfil del consumidor? ¿Qué tipo de productos se están demandando?

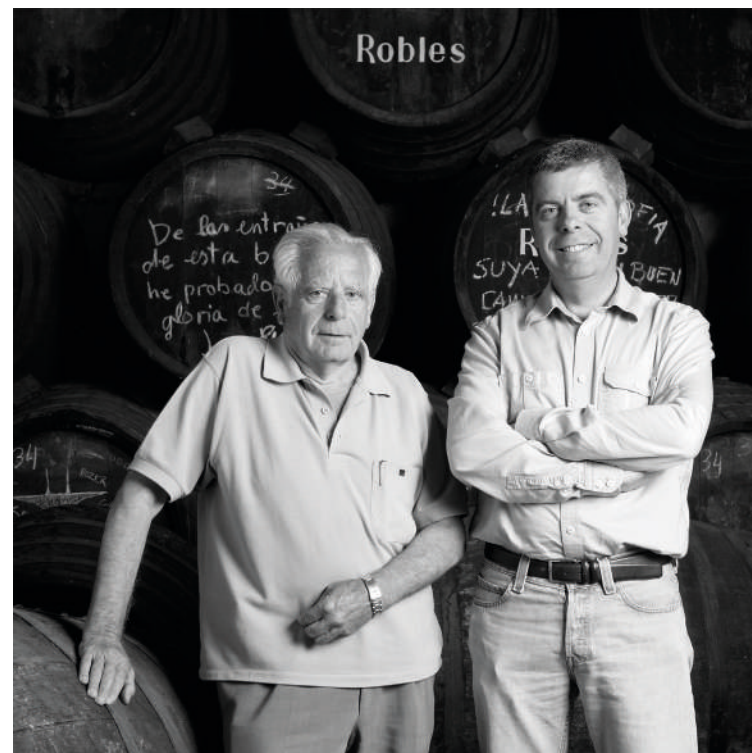
No solo el consumidor de vino, considero que el consumidor en general ha tenido una evolución, hacia la conciencia ecológica. En nuestro caso, observé el comportamiento y me di cuenta de dos aspectos fundamentales, que me hicieron entender mucho mejor que el camino que había mantenido era el correcto. Uno de ellos fue la desgracia del Prestige en Galicia, recuerdo que fue un día festivo y cómo la ciu-

dadanía se fue a Galicia a quitar el chapapote, fue una acción de conciencia ecológica que se activó en aquel momento. Otro aspecto fue la Fiebre Aftosa, una enfermedad, a raíz de ese hecho, la gente comenzó a consumir mucha carne ecológica.

Para mis estos hechos, y muchos otros, eran avisos de que la sostenibilidad sí o sí iba a estar cada vez más presente, ya que el consumidor se estaba concienciando y sensibilizando. Cuando hablamos de alimentos, me gusta poner en relieve la importancia y la responsabilidad que tenemos los productores, porque un alimento pasa a ser parte de un organismo vivo. El consumidor cada vez más ha ido dándole mayor importancia a este concepto de salud ambiental, personal y, por supuesto, de calidad.

Actualmente ya vemos problemas ocasionados por la naturaleza, como tormentas, nevadas, todo siempre extremo y esa conciencia ecológica está activada ya continuamente y es el cambio real del consumidor.

¿Qué impacto económico y social tiene su modelo en el entorno rural de Montilla y la comarca?



Contamos con un impacto muy fuerte, porque como comentaba, cuando hablamos de sostenibilidad, mucha gente puede pensar que está muy usada y, muchas veces, mal usada, que, incluso, le hemos quitado la importancia que tiene.

Para Bodegas Robles la sostenibilidad es generar un equilibrio, donde la actividad empresarial tiene que estar vinculada y relacionada sí o sí con la sociedad que nos rodea y en la que vivimos. En nuestro entorno natural y con los habitantes de una zona rural.

Para nosotros es fundamental conectar con cualquier actividad cultural, formativa, social que podamos llevar a cabo, hemos hecho varios proyectos, uno con mujeres supervivientes, donde trabajamos en un proyecto de un vino específico para ellas, proyectos con directores de cine, con músicos, con alumnos, universidad, colegios, etc.

Consideramos que la sostenibilidad es aplicar esa conexión que existe en la naturaleza, aplicarla como si nosotros fuéramos un elemento más del colectivo social al que pertenecemos, que en este caso es la zona rural y la campiña sur cordobesa.

Es un compromiso sostenible y saludable, que va intrínseco en la sostenibilidad social y en el bienestar social y cultural.

Hay una frase que usamos mucho en Bodegas Robles, si generamos beneficios sociales, obtendremos, seguro, beneficio económico.



“El mejor vino generoso de España del 2025 es nuestro fino ecológico”

¿Qué planes de futuro tiene Bodegas Robles? ¿Dónde les gustaría verse dentro de cinco o diez años?

En primer lugar, nos gustaría poner en valor un dato de este 2025 el Instituto de Comercio Exterior de España con una empresa alemana, Meininger, la encargada de organizar el mayor concurso de vinos en Alemania, seleccionan los 100 mejores vinos españoles entre los que hay tres vinos ecológicos de Bodegas Robles, un espumoso, un Pedro Ximénez y un fino. Estos tres vinos están entre los 100 mejores, han organizado 16 categorías de vino y el mejor vino generoso de España del 2025 es nuestro fino ecológico.

Jamás podíamos imaginarnos en 1999, cuando nos criticaban y decían que producíamos vino ecológico porque no sabíamos hacer buen vino, que este producto llegaría ser el mejor de España.

De cara al futuro, consideramos que el proyecto de empresa debe seguir innovando, no nos preocupamos tanto por crecer de una forma cuantitativa, sino de una forma cualitativa y, sobre todo, por dar respuesta a los problemas climáticos que tenemos y que nos afectan directamente en el cultivo de la vid.



Eduardo Haro: “Contamos con una plantilla de 160 personas, operando en 19 países”

ENTREVISTA

EDUARDO HARO
CEO NAZARIÉS
INTELLIGENIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Con más de 15 años de experiencia, ¿cómo ha evolucionado la empresa desde su fundación hasta la actualidad? ¿Cuáles han sido, en líneas generales, los hitos más relevantes en su trayectoria?

Desde el inicio, donde empezamos con nada, hasta la actualidad donde contamos con una plantilla de 160 personas, operando en 19 países, la empresa ha evolucionado muchísimo.

Como punto de inflexión más importante, podemos destacar, la fusión con Intelligencia, una empresa de Granada, lo que dio lugar a Nazariés Intelligencia en 2022.

Como aspecto más relevante, en la última parte empresarial, hemos sido la mejor empresa de Andalucía, según AJE, hemos sido finalistas en los premios CEPYME a nivel nacional en 2024, en 2025 hemos sido reconocidos como la mejor PYME del año, por la Cámara de Comercio de Granada.

También hemos aparecido en Forbes, como una de las Pymes españolas con mayor capacidad de transformar.

Es decir, que la evolución ha sido bastante positiva y ya están consolidados en el mercado.

Sí, estamos en un momento diferente, son 15 años de trayectoria. Estamos en un punto de madurez muy claro, de hecho, a final de 2024 desarrollamos el Plan Estratégico de 2025/2026, sobre el que estamos trabajando actualmente.

Siempre se dice que uno de los puntos que necesitan las empresas españolas para consolidarse es el volumen. Nosotros sabemos que necesitamos tamaño y hacemos el

crecimiento tanto orgánico como inorgánico, que para una Pyme es algo poco común, ya que la Pyme suele crecer muy orgánicamente y no se suele arriesgar de manera inorgánica, pero nosotros lo tenemos bastante desarrollado a nivel interno.

Otro de los ejes fundamentales en este proceso de crecimiento han sido los clientes nacionales e internacionales a los que ofrecemos nuestros servicios.

Otro aspecto que nos define es el impacto, ya que hemos trabajado mucho por tener un impacto positivo en el entorno en el que nos movemos, hemos trabajado en ello desde el inicio.

Actualmente, ¿cuáles son los principales servicios o productos que ofrecen y, concretamente, para que tipo de clientes están diseñados? ¿Qué beneficios les aportan?

Ofrecemos nuestros Power Ups, que es como hemos denominado a nuestra cartera de servicios tecnológicos diseñados específicamente

para potenciar empresas que desarrollan productos software.

Dentro del mundo de la consultoría tecnológica estamos centrados en productos software, trabajamos con empresas que tienen un producto software y que lo quieren hacer crecer, se apoyan en nosotros para crecer más rápido, porque quieren un rendimiento más rápido o porque necesitan de un conocimiento experto que ellos no tienen, por lo tanto, nosotros se lo proveemos.

Nuestro cliente tipo son empresas de productos como por ejemplo Scale Up o clientes que tienen producto interno, como, por ejemplo, Santillana con sus libros digitales o el Teatro Real, con su venta de entradas.

No cabe duda de que la innovación es clave en este sector. ¿Qué papel juega en su estrategia, especialmente en relación con la sostenibilidad?

A nivel de innovación, hemos trabajado en proyectos de i+D desde 2010, por lo tanto, lo tenemos muy marcado en nuestro ADN.

Por norma general, los clientes no quieren ser los primeros con los que pruebas una tecnología, por ello, hemos utilizado los proyectos de innovación para poder ir probando todas aquellas nuevas tecnologías y llevarlas a cabo a nuestros clientes. Recientemente hemos llevado a cabo un proyecto

de Inteligencia Artificial de predicción de caídas de redes 5G, hemos trabajado con un algoritmo de detección. Podemos aplicar todo este conocimiento y tecnología a diferentes sectores.

En un entorno tecnológico y social en constante cambio, ¿cómo se preparan para la futura tendencia del mercado y los desafíos emergentes?

Como dije anteriormente, estamos trabajando en el plan estratégico 25-26, que podemos dividir en tres partes. La parte de cola cuenta con una estructura muy estable y sostenible, ya que es algo que hemos hecho siempre, somos una empresa independiente, lo que es muy importante, pues no dependemos de fondos terceros.



Dentro del mundo de la consultoría tecnológica estamos centrados en productos software

En la parte central del plan estratégico está la Inteligencia Artificial, en dos vertientes, por un lado, se han ido readaptando todos los puestos internos con la IA, tenemos un proyecto interno que se llama Centauro, que es la adaptación de cada uno de nuestros empleados para que sean más productivos, usando herramientas de IA. Por otro lado, la IA es aplicada a nuestros clientes, empezamos hace 2 años a hacer trabajos de consultoría para saber qué es lo que necesitan y poder organizarlo.

En la parte de la cabeza de este plan estratégico queremos realizar un crecimiento sostenido, tanto orgánico como inorgánico.

De cara al futuro del mercado, tenemos una vertiente claramente internacional, ya que supone el 55% de nuestros ingresos. Nuestro plan pasa por tener una base en centro Europa, ya contamos con operaciones en Estados Unidos, desde hace 3 años tenemos una sede legal en Miami y una oficina de operaciones en Argentina, por lo tanto, América se está empezando a cubrir.



ENTREVISTA

DAVID CALVENTE
GERENTE DE
INOVE ECOENERGÍA S.L

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Para comenzar, David, nos gustaría conocer los orígenes de Inove Ecoenergía S.L., ¿cómo nace esta empresa?, ¿cuál ha sido su trayectoria hasta el día de hoy?

Pues bien, la empresa Inove Ecoenergía nace a raíz de la experiencia que tuve yo personalmente en Alemania, donde pude ver instalaciones de energía renovable funcionando con un clima mucho peor que el que tenemos aquí.

A partir de esa experiencia surgió la idea de montar un negocio para aprovechar la energía solar y renovable, enfocándonos en sistemas de calefacción, agua caliente y producción de electricidad.

Así fue como se creó la empresa, que está dedicada exclusivamente a la energía renovable.

A lo largo de los años ha ido evolucionando y se ha convertido en una empresa de servicios de instalaciones en general, tanto para particulares como para empresas, abarcando sectores como climatización, electricidad, fontanería, ventilación, suelos radiantes...

Hacemos prácticamente cualquier tipo de instalación técnica en viviendas, reformas o mantenimientos particulares. Ese ha sido un poco el progreso.

¿Todas esas instalaciones son soluciones renovables?

Todas las soluciones que ofrecemos en los distintos servicios están enfocadas siempre a la eficiencia energética. Es decir, buscamos ahorro dentro de las posibles soluciones.

No montamos cualquier sistema que tenga un consumo muy alto, porque a la larga son ineficientes. Si montamos un sistema que logra una eficiencia superior o reduce el consumo promedio, conseguimos que las facturas sean mucho más económicas y que los sistemas se amortizan con el tiempo.

Si no es posible, por la propia máquina en sí, que tenga un consumo alto, por ejemplo, por resistencias eléctricas u otro tipo de combustible, tratamos de aportarle soluciones renovables, produciendo la electricidad que consume de forma que se convierte en una solución eficiente al combinar ambas cosas.

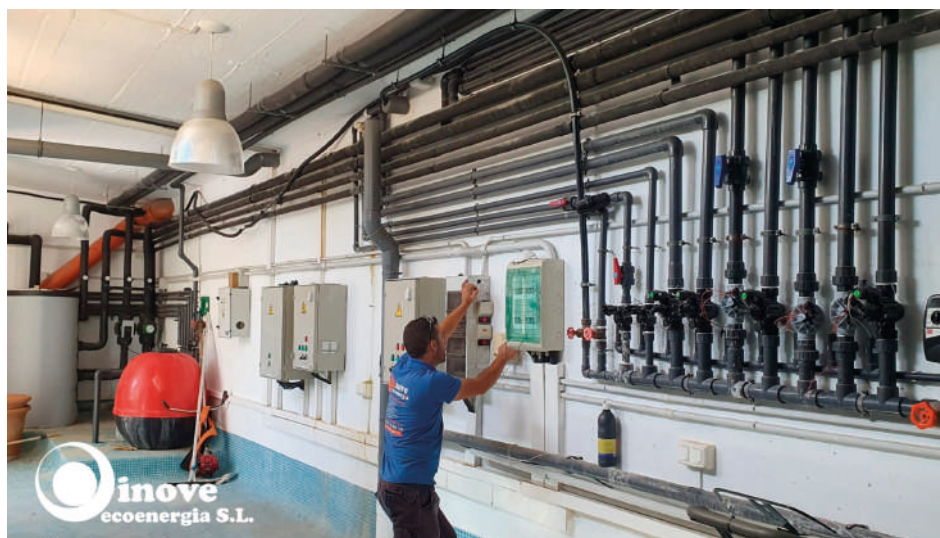
¿Y en qué sectores o tipos de clientes están detectando una mayor demanda de estas soluciones sostenibles?, ¿perciben un cambio real en la mentalidad empresarial en este sentido?

El sector que más demanda tiene es el sector particular. Allí los usuarios han sufrido tanto la subida de precios de la electricidad como apagones, por lo que se van concienciando de que es necesario actuar sobre la maquinaria y consumos que tienen en la vivienda.

Trabajamos como una empresa global que evalúa todas esas soluciones en conjunto, incluso cambiando la luminaria, los electrodomésticos por modelos más eficientes o



David Calvente: “Inove Ecoenergía: evolución y compromiso sostenible”



aplicando soluciones renovables para conseguir esa meta.

Por eso, los particulares buscan mucho este tipo de soluciones.

También actuamos en obra nueva, donde es obligatorio montar renovables, y en construcciones nuevas hacemos todo tipo de servicios, trabajando en paralelo con la empresa constructora, siendo responsables de todas las instalaciones del edificio.

¿Qué retos o barreras consideran que todavía pueden existir para la implantación de energías renovables o soluciones de eficiencia energética en Andalucía?

La mayoría de las veces los usuarios están pendientes de las subvenciones. Aunque son soluciones rentables por sí mismas, aún cuesta que los usuarios inviertan en cambiar sus sistemas actuales por otros más eficientes.

Ha habido algunas ayudas para la sustitución de aires acondicionados o para el cambio de estufas de leña, por ejemplo.

Siempre ha habido un poco de iniciativa, pero creo que los usuarios necesitan más apoyo para hacer ese cambio hacia soluciones más eficientes.

¿Qué proyectos, iniciativas o alianzas estratégicas tienen en marcha desde Inove Ecoenergía S.L. para seguir creciendo en este ámbito de la sostenibilidad?

Actualmente estamos en plena expansión. Todos los servicios que ofrecemos están muy demandados. De hecho, hay una gran falta de profesionales en el sector de instalaciones.

Por eso estamos apostando por la formación de nuevos trabajadores que se incorporen para poder dar cobertura a todos los servicios. Estamos invirtiendo, por ejemplo, en desarrollar una nave industrial con más espacio, alojamiento y almacén, para dar mejor servicio al usuario. También estamos enfocados en expandir la empresa. Ahora mismo contamos con unos 15 empleados y queremos crecer para dar un mejor servicio con técnicos más formados.

Con una mirada hacia el futuro, con mentalidad de expansión y poniendo el ojo en ese reto de la falta de profesionales y el cambio generacional, ¿cómo afrontan la formación?

Sí, esa es la traba actual. No están saliendo trabajadores con formación práctica suficiente para ser oficiales.

Por eso, lanzamos un mensaje a quienes quieran incorporarse a nuestro equipo: pueden enviarnos su currículum a nuestro correo electrónico: info@inove-ecoenergía.com.

Finalmente, ¿cómo valoran el ecosistema andaluz en materia de innovación y sostenibilidad, y qué papel cree que puede jugar Andalucía en la transición energética a nivel nacional?

La apuesta es clara: apostar por soluciones eficientes y energías renovables es siempre una apuesta segura.

No renunciamos a otro tipo de combustibles o energías, que pueden ser compatibles. No pretendemos que la renovable sea exclusiva.

Tenemos muchas fuentes renovables: eólica, marítima, geotermia, biomasa, solar... todas ellas pueden aprovecharse.

Creo que de esto depende tanto la evolución económica de un país o provincia, como la mejora del planeta, para no contaminar y avanzar hacia un sistema ecológico y eficiente.



Carlos Rodríguez: “Hemos conseguido desarrollar un pavimento solar industrializable, transitable y eficiente”

ENTREVISTA

CARLOS RODRÍGUEZ
CEO Y COFOUNDER
SOLUM

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Solum nació en 2019 con una innovación clara: la baldosa fotovoltaica para ciudades. ¿Cómo surgió la idea y en qué fase se encuentra actualmente la empresa?

La empresa como tal nació en 2019, pero la idea comenzó un año antes. Junto con mis dos socios, Luis y Antonio, cada uno estábamos en una parte del mundo, Luis en Londres, Antonio en Estocolmo y yo en Australia, trabajando en distintas empresas del sector energético. Empezamos a hablar sobre hacer algo innovador dentro de la industria fotovoltaica. Veíamos mucho potencial en la idea de desarrollar baldosas solares porque, aunque la tecnología fotovoltaica es muy buena y con costes asequibles, tiene ciertas limitaciones en entornos urbanos: impacto visual, pérdida de espacio útil, etc.

Así que nos planteamos crear una baldosa fotovoltaica que cumpliera la misma función que un panel solar pero que se integrara perfectamente en la ciudad, sin ocupar espacio ni generar un impacto visual negativo. Comenzamos a trabajar en remoto en nuestro tiempo libre, presentamos la idea a varios concursos de innovación, ganamos algunos y decidimos lanzarnos de lleno. El 1 de enero de 2019 estábamos los tres de vuelta en Sevilla para empezar esta aventura.



A día de hoy, seis años después, además de las baldosas, hemos desarrollado varios productos. El más destacado son nuestras estaciones de carga para vehículos eléctricos y de micro movilidad, que funcionan también con nuestro pavimento solar.

Estamos en fase de comercialización, con proyectos en distintos países europeos y también fuera de Europa, aunque nuestro foco principal sigue siendo Europa, con un papel destacado de España. En este momento, estamos en plena fase de crecimiento y consolidación como empresa innovadora.

Para centrarnos un poco más, ¿qué hace diferente a la baldosa ARENA y cómo ha evolucionado en esta nueva versión para autoconsumo urbano?

La idea del pavimento solar ya se había intentado antes, pero los enfoques anteriores lo hacían muy difícil de industrializar. Eran soluciones funcionales, sí, pero con unos costes de producción muy elevados. Nosotros quisimos desarrollar una tecnología que se beneficiara de la economía de escala de la industria fotovoltaica, pero que a la vez cumpliera con los requisitos de un pavimento: que fuera completamente transitable, antideslizante incluso con lluvia, y que mantuviera su eficiencia energética.

Nuestra diferenciación está ahí, en haber logrado desarrollar un producto que puede producirse a gran escala y que, al mismo tiempo, es comercialmente viable y cumple con todas las exigencias técnicas.

Como comentábamos, además de ARENA, Solum

cuenta con HeliOS, una estación solar para carga de vehículos eléctricos. ¿Cómo están evolucionando estos proyectos en el ámbito de la movilidad urbana?

El feedback está siendo muy positivo. Las estaciones de carga son ahora mismo nuestra principal fuente de ingresos. Hemos ido mejorando el producto progresivamente: ahora es más fácil de instalar, más amigable para el usuario y adaptable a distintas necesidades, como municipios, centros comerciales, campus universitarios, clubes deportivos, etc. Hemos trabajado mucho para que sea una solución funcional y adaptable a distintos entornos, en colaboración con entidades públicas y privadas.

Además, Solum ya vende en más de diez países y ha su-

perado el millón de euros en facturación desde su lanzamiento, ¿cómo gestionan ese crecimiento y esa expansión internacional en un proyecto que comenzó, como decía, con tres compañeros que lo dejaron todo por una idea?

Ese ha sido uno de nuestros grandes retos: crecer sin renunciar a la rentabilidad. Es el gran caballo de batalla de cualquier *startup*, y también el nuestro. Apostamos por un modelo apoyado en *partners* con perfil de distribuidores o pequeños instaladores. Esto nos permite enviar nuestro producto a cualquier punto de Europa y que ellos se encarguen de la instalación, sin complicaciones.

Gracias a ese modelo, también podemos tener presencia comercial en distintos países sin necesidad de contar con un equipo local, lo que nos ayuda a ser más eficientes y sostenibles a la hora de escalar el negocio.

La sostenibilidad es el núcleo de su modelo: tecnología limpia sin afectar al uso urbano, ¿qué impacto ambiental han cuantificado hasta ahora?

Nos enfocamos mucho en el ahorro de CO₂ equivalente que se evita gracias a los desplazamientos que no se realizan con combustibles fósiles cuando los vehículos se cargan en nuestras estaciones. También medimos el impacto de la energía generada por nuestro pavimento solar instalado.

Nos audita una entidad independiente y también utilizamos una plataforma, que analiza el impacto que generamos a nivel de compañía. Para nosotros es fundamental.

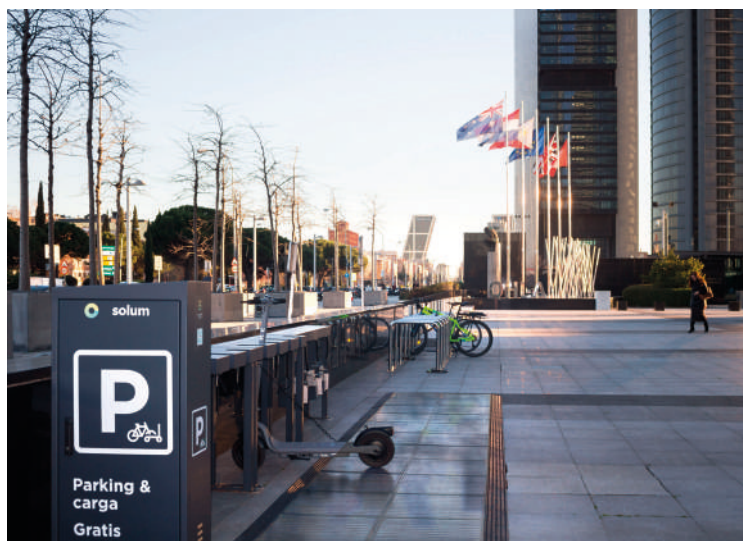
Para terminar, en un entorno empresarial andaluz que cada vez mira más hacia la sostenibilidad, ¿qué mensaje lanzaría a emprendedores e inversores que buscan impulsar tecnologías verdes urbanas?

A los emprendedores, todo mi apoyo. Es un camino muy bonito, pero también muy duro.

Hay momentos en los que uno se siente sin fuerzas, pero realmente hay muchísimo talento en Andalucía y capacidad para desarrollar tecnologías de primer nivel.

Mi consejo, especialmente para perfiles técnicos como el nuestro, es que no se olviden de la parte comercial. A veces se centran tanto en el producto que dejan a un lado esa vertiente, que es clave para que una solución llegue realmente al mercado.

Y a los inversores, les diría lo mismo: que Andalucía tiene mucho talento y muchos proyectos con potencial. Es una región que merece la pena seguir de cerca, especialmente en el ámbito de la tecnología sostenible.





Francisco Muñoz: “Intecbio da valor a los residuos”



ENTREVISTA

FRANCISCO MUÑOZ
DIRECTOR GENERAL-
GERENTE INTECBIO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Intecbio se fundó en 2010, aunque acumula experiencia en biomasa desde el año 2006. ¿Cómo nació la idea y qué necesidad industrial o ambiental vinieron a cubrir en Andalucía?

Intecbio comenzó a trabajar con la biomasa para un uso en climatizaciones, no solo donde se venía utilizando tradicionalmente, que era en las almazaras, donde se utiliza el hueso de aceituna desde hace muchísimo tiempo para producir agua caliente, sino que surgió para tecnologías de calderas que estaban más avanzadas, permitiendo usar el hueso de aceituna también en calefacciones domésticas y de edificios. Era una tecnología que ya estaba optimizada con el uso de combustibles, pero con una mayor eficiencia y con elementos para poder reducir emisiones.

¿Cuál es en la actualidad su modelo de negocio principal y qué tipos de cliente atienden en el sector térmico de biomasa?

Nuestro modelo de negocio es ofrecer soluciones de climatización, generación de energía térmica, tanto agua caliente como aire caliente, utilizando biomasa para entornos de producción del sector industrial, transformación agraria, como puede ser invernaderos, semilleros, empresas de productos lácteos, ganadería, así como residencias, hoteles, etc.

Producimos energía con biomasa local, como, por ejemplo, hueso

de aceituna, cáscara de almendras, pelets de madera, cáscara de piña, etc. Intecbio da valor a los residuos, que son subproductos, los reutilizamos para la generación de energía, ofreciendo soluciones sostenibles y renovables para nuestros clientes.

Abarcamos todo el proceso, desde conocer la necesidad del cliente, cómo podemos solventarla a través del diseño de un proyecto, cómo va a funcionar el sistema, dónde se van a almacenar los residuos, el transporte de la biomasa, etc.

En ese proceso, ¿qué papel juegan los criterios de sosteni-

bilidad en sus proyectos, desde ese diseño hasta la instalación?

Partimos de la utilización de combustibles renovables, también tratamos de adaptar los equipos a la biomasa más cercana para reducir la huella de carbono en el transporte del combustible. En cuanto al diseño de equipos, generamos equipos que tengan un mantenimiento cercano, por empresas y personal de la zona, para seguir reduciendo la huella de carbono.

Consideramos fundamental que los equipos tengan un fácil reciclado cuando se acaba su vida útil, porque con todos los materia-



les que utilizamos, buscamos que puedan ser tratados y gestionados de manera sostenible.

Intecbio ha recibido Fondos Europeos para digitalización y expansión internacional. ¿Cómo han utilizado esas ayudas para crecer y mejorar en competitividad?

Actualmente estamos en un proceso en el que las nuevas tecnologías, la forma de llegar a los clientes, la forma de comunicarnos, han cambiado, se aceleró mucho con la pandemia.

Por lo tanto, hoy en día, ¿qué nos permite la digitalización? Por un lado, en cuanto a lo que son los distintos procesos de la empresa, poder tener mejor control y automatizar aquellas tareas más repetitivas o incluso aplicar la Inteligencia Artificial, para poder gestionar esas tareas de una manera automática.

De cara a nuestros clientes, nos permite hacer una prospección y un trabajo en otros mercados, sin tener que hacer una inversión importante inicialmente, hablamos de mercados internacionales.

¿Cómo afecta su apuesta por la biomasa al entorno rural de Granada y Andalucía en cuanto a empleo, proveedores locales o gestión de residuos?

La biomasa tiene un efecto, en primer lugar, dinamizador de la economía local, porque a diferencia de otros modelos de energía, como, por ejemplo, de los combustibles sólidos, son empresas muy grandes las que controlan la comercialización y la distribución, en la biomasa están muy atomizadas. Cualquier pequeña empresa, cualquier almazara que valore sus huesos, hay otras pequeñas empresas, por ejemplo, en las sierras de Andalucía, que valorizan los residuos forestales y todos los subproductos.

Por lo tanto, esa atomización, crea muchos pequeños proveedores, permite dinamizar la economía, que los clientes puedan tener un contacto más cercano y negociar con empresas más pequeñas, en lugar de con grandes multinacionales.

La biomasa permite poner en valor elementos como el hueso de aceituna, donde hay empresas, que están haciendo un trabajo muy bueno, están revalorizando el hueso de aceituna, que claramente

en Andalucía hay muchísimo, y se puede aprovechar perfectamente para generar una energía técnica de una manera sostenible y, además, respetando el medioambiente.

Para concluir, ¿qué mensaje trasladaría a otras Pymes andaluzas sobre integrar soluciones limpias, como la biomasa, en su estrategia competitiva?

La integración de biomasa cuenta con una ventaja competitiva, les permite acometer procesos de descarbonización. Cuando quieren abandonar los combustibles fósiles, la alternativa que se plantea es la biomasa, porque permite escalar potencias grandes, como, por ejemplo, empresas que se mueven con derechos de emisiones de CO₂, van a ver cómo esos costes van a disminuir y, además, van a poder indicar que son productores utilizando fuentes renovables y sostenibles reconocidas por la propia Comisión Europea.

“La biomasa permite poner en valor elementos como el hueso de aceituna”

Con lo cual, cuando la gente habla de renovables, solo piensa la fotovoltaica o la energía eólica, es decir, producción de electricidad y, sí, es una parte muy importante, pero no olvidemos que no podemos ponerlo todo en el mismo sector, hay que buscar la diversificación.

En contextos, por ejemplo, como el reciente apagón del 28 de abril, empresas que tenían biomasa funcionando, con equipos que estaban preparados, tenían sus baterías y pudieron continuar con sus procesos productivos, generando esa energía térmica que necesitaban utilizando la biomasa.

La ventaja competitiva de la biomasa es muy palpable, ya que tiene esa fuente de energía con costes muy reducidos, dependiendo de sí mismos.



Abezash Tamerat: “Nuestro deseo es que la gente pueda disfrutar de un café excelente”



ENTREVISTA

ABEZASH TAMERAT
FUNDADORA BLACK JEBENA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Cuéntenos la historia de Black Jebena. ¿Cuál fue la inspiración que impulsó la creación de esta empresa?

En Etiopía, nuestra tierra natal, el café que la gente toma a diario se tuesta, se muele y se hierve en un mismo acto. No es habitual tomar un café que haya sido tostado o molido con antelación; hay que hacerlo *in situ*, es como más se disfruta.

En muchas partes del mundo, la gente está volviendo a querer disfrutar de la experiencia de un buen café tostado y molido de manera reciente. Y ahí encaja perfectamente la cultura etíope, que se adapta a esta nueva demanda.

Pretendíamos crear un espacio que echábamos en falta en nuestra ciudad, un lugar donde la gente pudiera encontrar café de alta calidad de Etiopía, que es el que mejor conocemos. Queremos construir comunidad y crear un lugar para quienes disfrutan de esta experiencia sensorial. Un lugar que se sienta profundamente arraigado en la tradición, la hospitalidad y la comunidad etíope.

El nombre “Black Jebena” evoca una conexión cultural profunda. ¿Qué significado cultural o filosofía desean transmitir a través de la marca?

La jebena es una cafetera hecha de barro, humilde, pero funcional. Es la primera cafetera del mundo y todavía la usan millones de personas en Etiopía y Eritrea. Queremos animar a la gente a disfrutar del café sin bu-

rocracia ni pretensión. La industria del café ha hecho que a veces éste se vuelva complicado e incomprensible, a menudo por intereses comerciales. La calidad no tiene que venir acompañada de jerga ni de drama. No necesitas máquinas costosas ni cafeteras elegantes para preparar un buen café.

En Etiopía millones de personas siguen usando la jebena a diario para preparar un café excelente.

Para nosotros la jebena simboliza mejor que nada el café y sus orígenes. Las ceremonias del café pueden ser sencillas, pero están cargadas de significado; son encuentros en espacios donde se comparten historias entre seres queridos y desconocidos. El café lo une todo. Para la mayoría de los etíopes, la jebena no es solo una cafetera: es un símbolo de felicidad, de reunión, de familiaridad y de generosidad. Es la máxima expresión de nuestra hospitalidad hacia el mundo. Por eso llamamos a nuestra empresa Black Jebena: para compartir esa alegría y sencillez.

¿Cómo seleccionan el café que venden? ¿Qué papel juegan el origen y la trazabilidad?

Aunque vivimos en Sevilla, seguimos viajando con frecuencia a Etiopía. Para nosotros, esto es más que un negocio: nuestra conexión con la tierra, la gente y el idioma hace que este trabajo sea profundamente personal. Tener raíces allí y conocer a muchas personas en la industria nos permite entender de dónde proviene nuestro café y quién está involucrado en su recorrido.

Como ocurre con la mayoría de las cosas en el mercado global, existen distintos niveles de calidad. Nos esforzamos por trabajar con empresas y productores que mantengan altos estándares de calidad, trazabilidad, honestidad y respeto por los trabajadores. Nuestro objetivo es poder empezar a importar directamente desde Etiopía, ya que conocemos muy bien las fuentes, hablamos su lengua, pertenecemos a su cultura y muy bien el producto.

¿Qué estrategias implementan para garantizar una producción y cadena de suministro sostenibles? ¿Qué prácticas utilizan para reducir su impacto ambiental (empaques, transporte, residuos, etc.)?

Por supuesto, nos importa el impacto ambiental de nuestro trabajo, pero sobre todo nos importa el impacto humano. Nos enfocamos en las vidas de las personas involucradas en cada etapa del recorrido del café, desde los agricultores hasta los transportistas y nuestra comunidad local. Para nosotros la verdadera sostenibilidad significa garantizar que las personas sean tratadas con justicia y dignidad, y que su bienestar sea una prioridad junto con las preocupaciones medioambientales.

Estamos continuamente buscando alternativas sostenibles respecto al empaquetado y la obtención de nuestros productos, con el objetivo de reducir los residuos innecesarios y trabajar con proveedores que compartan nuestros valores. Hacemos todo lo posible por colaborar con personas y empresas que sostengan estos mismos valores en cada paso del proceso.

¿De todos los proyectos o iniciativas en los que Black Jebena está trabajando en este momento, hay alguno en particular que les entusiasme especialmente o que consideren un punto de inflexión para la empresa? ¿Qué lo hace tan especial para ustedes?

Hemos estado muy ocupados comenzando a rodar y experimentando con varios productos como la granola, el cacao, el té... La clave es que todo sea artesanal y natural. Que sea bueno para tu organismo.

En este segundo año queremos añadir por fin la ceremonia del café a las experiencias de Black Jebena. Podrás encontrar muchas catas de café por el mundo, pero no muchas ceremonias del café etíope.



Quien venga aprenderá a tostarlo de manera tradicional, a molerlo, hervirlo, servirlo y, cómo no, por fin, a degustarlo. Por cierto, ¿sabías que en Etiopía es costumbre tomarlo con palomitas? En general, es una experiencia muy singular que no deja indiferente a nadie, y queremos empezar a organizar ceremonias del café.

“Para nosotros, la verdadera sostenibilidad significa garantizar que las personas sean tratadas con justicia y dignidad”

¿Qué desafíos y oportunidades esperan encontrar en el futuro, especialmente en relación con la sostenibilidad y la evolución de los hábitos de consumo?

La concienciación es un proceso lento y requiere mucha energía y tiempo, pero esa es nuestra labor. Esperamos que la gente abandone el café de cápsulas, que es muy dañino para el medio ambiente, y que deje de consumir café torrefacto (la mayoría del café que se consume en España), que es muy perjudicial para la salud por su tueste quemado y la cantidad de azúcar añadida.

Esperamos que la gente aprecie que el buen café, como todo buen producto, requiere de manos hábiles que lo recolecten en origen, manos que requieren de un salario digno y un pago mayor por parte del consumidor. Si solo buscas el café más barato para salir del paso, como pasa con la ropa, alguien está pagando ese precio. El que sufre es la persona en origen y el que se beneficia es una gran empresa cafetera que probablemente les paga mal. Eso es lo que pasa con la mayoría del café industrial, que por lo general es barato y malo. Es muy difícil posicionarse con todas estas grandes empresas porque tienen contratos de exclusividad con muchas cafeterías, a las que proveen de todo el material para servir café, por ejemplo.

Por último, esperamos que se reconozca la atención en las últimas etapas del proceso, el tostado, atendiendo a la calidad del grano y a los posibles desperfectos, así como el servicio final: cómo y dónde se sirve el café.

En definitiva, nuestro deseo es, por un lado, que la gente pueda disfrutar de un café excelente, y por otro, que los que lo han preparado, desde el origen hasta la taza, tengan su digna recompensa por ello.



Abilio Caetano: “Apostamos por una innovación progresiva y orientada a resultados”



ENTREVISTA

ABILIO CAETANO
SOCIO Y DIRECTOR
TÉCNICO DEPMA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cuáles son las prioridades estratégicas principales de su compañía para lo que resta de 2025 y de cara a 2026? ¿Hay algún sector o tipo de proyecto en el que estén poniendo un foco especial?

En el Grupo DEPMA, y muy particularmente desde nuestra entidad de inspección ambiental DEPMA ECA, hemos definido una hoja de ruta ambiciosa, pero realista para consolidarnos como referente técnico en el sector. Nuestras prioridades estratégicas para el segundo semestre de 2025 se centran en completar el proceso de acreditación ENAC en tres líneas clave: aguas, atmósfera y residuos, concretamente en la inspección de vertederos. Se trata de actividades que ya desarrollamos con solvencia, pero cuyo reconocimiento formal por parte de ENAC nos permitirá operar en condiciones de máxima trazabilidad.

A lo largo de 2026, el objetivo es abordar la segunda fase de acreditación, que incluye áreas más complejas como suelos contaminados, así como emisiones a la atmósfera desde focos fijos. Paralelamente, seguimos fortaleciendo la estructura operativa de nuestros cuatro departamentos principales (aguas, atmósfera, suelos y residuos), que trabajan de forma altamente especializada pero integrada.

Esta organización nos permite ofrecer soluciones técnicas con una fuerte base normativa y metodológica, adaptadas a sectores como el industrial, agroalimentario o el ámbito de los residuos urbanos, donde la presión regulatoria y la exigencia de control ambiental es creciente.

En cuanto a la estrategia a medio plazo, estamos centrando todos nuestros recursos en consolidar nuestra presencia en el mercado nacional. Una vez DEPMA ECA esté acreditada y plenamente operativa en sus áreas clave, nos plantearemos replicar el modelo en mercados internacionales donde exista un marco normativo ambiental sólido y una demanda real de servicios de inspección bajo criterios de independencia y calidad técnica.

Desde su perspectiva, ¿cuáles son los principales retos y oportunidades que se presentan para el sector de la consultoría y la ingeniería ambiental en España para los próximos 3-5 años?

Este proceso de consolidación no está exento de retos. Uno de los principales desafíos que afronta hoy el sector es el incremento de operadores que acceden al mercado sin una estructura profesional robusta, lo que está generando una dinámica de competencia centrada casi exclusivamente en el precio.

Esto no solo complica el acceso a ciertos contratos para entidades que sí cuentan con personal técnico especializado, sistemas de gestión certificados y procedimientos internos rigurosos, sino que también pone en riesgo la calidad de los servicios prestados y la confianza de los clientes en la función de control ambiental.

Esta situación está presionando a muchas organizaciones a ajustar sus estructuras económicas, en ocasiones por debajo de márgenes razonables, con el consiguiente riesgo de precarización del sector.



Desde DEPMA, creemos que la respuesta está en reforzar la cultura del valor añadido, explicando al cliente por qué es importante trabajar con entidades acreditadas, que garantizan trazabilidad, imparcialidad y cumplimiento técnico de alto nivel.

Frente a estos retos, las oportunidades son igualmente importantes. Todo lo relacionado con la verificación del cumplimiento ambiental, los procedimientos de evaluación del principio DNSH o el alineamiento con los seis objetivos de la taxonomía europea está ganando terreno, especialmente en proyectos financiados con fondos públicos o sujetos a estándares europeos de sostenibilidad.

DEPMA ECA está muy posicionada en este ámbito, y ya venimos realizando evaluaciones ambientales completas, incluyendo autoevaluaciones del DNSH, con una metodología sólida y adaptada a las exigencias de cada cliente.

Además, el sector está viviendo una fase de reconfiguración estructural, con procesos de concentración empresarial, adquisiciones por parte de fondos y grandes grupos, así como integraciones de laboratorios o entidades de inspección dentro de conglomerados más amplios.

En nuestro caso, hemos optado por una estrategia de crecimiento orgánico, que nos permita escalar de forma sostenible, garantizando en todo momento la calidad técnica y el compromiso con nuestros clientes.

En un contexto marcado por la volatilidad normativa, la aceleración regulatoria y una creciente presión hacia la profesionalización, consideramos que la especialización, la innovación y la ética técnica serán los verdaderos diferenciales de quienes aspiren a liderar el sector ambiental en los próximos cinco años.

La crisis hídrica es una preocupación creciente en nuestra región. ¿Qué soluciones innovadoras o proyectos específicos están desarrollando para la gestión eficiente del agua, la reutilización o la desalinización?

Desde DEPMA ECA contribuimos a la gestión hídrica desde la inspección ambiental técnica, verificando que las actividades económicas cumplen con sus autorizaciones de vertido y no generan impactos indebidos sobre el medio hídrico. No desarrollamos tecnología propia, pero trabajamos con equipos avanzados y proveedores especializados para asegurar resultados precisos y trazables.

Nuestro Departamento de Aguas realiza inspecciones en aguas residuales, superficiales y subterráneas, especialmente en sectores industriales y agroindustriales. También auditamos planes de gestión del agua, evaluando el grado de cumplimiento y la coherencia técnica de las medidas adopta-

das. Cada vez más empresas entienden que deben ir más allá del cumplimiento mínimo, y nos demandan como socios técnicos para demostrar su compromiso ambiental.

En cuanto a reutilización o desalinización, actualmente no participamos en su diseño, pero sí podemos actuar como garantes técnicos del cumplimiento ambiental una vez implementadas. Nuestra función es asegurar que cada litro gestionado lo sea bajo criterios de sostenibilidad, rigor y control independiente.

¿Cómo están integrando la Inteligencia Artificial y el Big Data no solo en sus procesos internos, sino también como parte de las soluciones que ofrecen a sus clientes para optimizar la gestión ambiental o la eficiencia de recursos? ¿Qué beneficios concretos están observando?

En GRUPO DEPMA estamos integrando la Inteligencia Artificial y el análisis de datos como herramientas clave para optimizar nuestra gestión interna y mejorar la eficiencia de nuestros procesos técnicos. No hemos desarrollado soluciones propias para comercializar a terceros, pero sí estamos trabajando intensamente en la automatización de tareas repetitivas, la interpretación normativa asistida y la gestión avanzada de información técnica, con el objetivo de dedicar más recursos al análisis crítico y menos a tareas mecánicas.

En concreto, empleamos modelos de lenguaje (LLM) para investigación normativa, redacción técnica y estructuración de contenidos complejos. Estas herramientas nos permiten reducir tiempos, estandarizar entregables y aumentar la consistencia técnica de nuestros informes. A nivel de procesos, estamos integrando IA para la generación automatizada de ciertos documentos, la clasificación de información y la asistencia en decisiones operativas.

En paralelo, hemos potenciado nuestra capacidad de análisis de datos en todas las fases del ciclo de trabajo: desde la captación de oportunidades hasta la producción técnica y el seguimiento de clientes.

Realizamos un control exhaustivo sobre ratios de eficiencia, carga de trabajo, plazos de entrega, cumplimiento normativo, satisfacción del cliente y trazabilidad de no conformidades. Este enfoque nos permite tomar decisiones con base objetiva, anticiparnos a desviaciones y optimizar la asignación de recursos. Los beneficios son evidentes: mayor velocidad de ejecución, mejor trazabilidad, automatización de procesos clave y una capacidad real para generar conocimiento estratégico a partir de los datos que ya gestionamos.

Estas herramientas nos permiten liberar tiempo para que nuestros equipos se enfoquen en tareas de alto valor añadido, lo que mejora la productividad y favorece una mejor conciliación.

No contamos con una solución “estrella” única, sino con una mentalidad clara: incorporar cada mejora tecnológica útil, con sentido práctico, y sin perder el rigor técnico. Apostamos por una innovación progresiva, orientada a resultados, que refuerce nuestra capacidad como entidad de inspección y nos ayude a seguir construyendo confianza técnica en el mercado.





Patricia Herrero: “El reciclaje electrónico, clave para la economía circular andaluza”



ENTREVISTA

PATRICIA HERRERO
PORTAVOZ DE RAEE
ANDALUCÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es la misión principal de RAEE Andalucía y su importancia en el contexto actual de la gestión de residuos?

RAEE Andalucía es una iniciativa que hemos puesto en marcha entre la Junta de Andalucía, la Federación Andaluza de Municipios y Provincias y los principales Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) autorizados para gestionar residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). No se trata de una entidad como tal, sino de un programa orientado a fomentar la reutilización y el reciclaje de este tipo de residuos.

Nosotros, los SCRAP, trabajamos con los ayuntamientos y las comunidades autónomas para asegurar que la recogida y gestión de los residuos se haga de manera adecuada y conforme a la normativa. Pero, además, con RAEE Andalucía, desarrollamos campañas de información y sensibilización. De hecho, RAEE Andalucía es una marca que creamos hace unos tres o cuatro años precisamente para coordinar mejor todas las acciones de comunicación en Andalucía, con una imagen común, colaborando todas las entidades implicadas en la cadena.

¿Diría que surge también por una demanda o una necesidad ciudadana?

Totalmente. Nos dimos cuenta de que, si bien ya existe una cierta cultura de reciclaje en cuanto a vidrio, papel o envases, todavía hay mucho desconocimiento sobre los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos. La mayoría de la gente no sabe muy bien qué hacer con un pequeño electrodoméstico que ya no funciona o con un aparato antiguo. Cada vez generamos

más residuos de este tipo porque todo está digitalizado: móviles, tablets, pequeños aparatos de cocina, herramientas eléctricas, juguetes electrónicos... Todo acaba siendo un residuo que hay que gestionar correctamente.

Además, si estos aparatos acaban en la basura común o son abandonados en la calle, no se reciclan bien, y se pierden materiales muy valiosos que podrían reutilizarse. Por eso vimos necesario reforzar esta parte educativa y de sensibilización, y en eso se centra buena parte del trabajo que hacemos desde RAEE Andalucía.

¿Qué tipo de materiales se recuperan con mayor frecuencia y cuál es su destino tras el tratamiento?

Los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos contienen una mezcla de materiales muy diversos. Lo más común son los metales como el hierro, el aluminio o el cobre, que se recuperan con bastante facilidad y tienen un mercado claro. Estos metales se envían a fundiciones y se pueden reutilizar prácticamente tal cual.

También hay plásticos, que son más difíciles de reciclar, sobre todo cuando están mezclados o tienen componentes peligrosos. Sin embargo, cada vez se avanza más en tecnologías que permiten una mejor separación y valorización de estos materiales.

Otro elemento interesante son los metales preciosos como el oro, la plata o el paladio, que están presentes en diferentes componentes de estos equipos. Aunque son cantidades muy pequeñas por aparato, cuando se tratan grandes volúmenes se pueden recuperar para su introducción de nuevo en el mercado.

Además, muchos de los metales están considerados materias primas críticas por la Unión Europea, así que su recuperación no solo es positiva desde el punto de vista ambiental, sino también estratégico y económico. De ahí que se hable de las "minas urbanas": los aparatos eléctricos y electrónicos que tenemos en casa son verdaderos almacenes de materiales que pueden volver al ciclo productivo si se gestionan correctamente.

“La ciudadanía tiene más derechos de los que cree a la hora de entregar sus aparatos viejos”

¿Qué estrategias implementan para educar a la población andaluza sobre la importancia de reciclar correctamente estos residuos?

Hemos puesto en marcha campañas muy ambiciosas. Por ejemplo, durante cinco años desarrollamos la campaña “Dona vida al Planeta”, en la que llevamos actividades informativas a todos los municipios andaluces, sin excepción. En esta campaña, educadores ambientales informaban tanto a la ciudadanía como a comercios, servicios técnicos o grandes superficies sobre cómo deben gestionar estos residuos y qué derechos y obligaciones tienen.

También participamos en eventos educativos como la “Feria de la Ciencia” de Sevilla, con actividades específicas para niños y jóvenes. Creemos que es fundamental educar desde edades tempranas, porque son mucho más receptivos y actúan como transmisores del mensaje en casa.

Y no nos quedamos ahí. También hacemos campañas específicas para colectivos clave como los puntos de venta, los servicios técnicos o las plataformas logísticas,

que muchas veces son los primeros que pueden informar correctamente al ciudadano o asegurar que el residuo llega al canal adecuado. El objetivo es cerrar el círculo de la información y la gestión.

¿Qué derechos tiene el consumidor cuando compra un nuevo electrodoméstico?

Esto es algo que mucha gente todavía desconoce. Existen dos modalidades fundamentales. Por un lado, está el conocido como 1x1, que significa que cuando se compra un aparato nuevo, se puede entregar el antiguo equivalente para que lo retiren y gestionen correctamente. Esto aplica tanto en tiendas físicas como en compras por internet.

Por otro lado, existe la posibilidad de entregar pequeños aparatos eléctricos y electrónicos en grandes superficies comerciales de más de 400 metros cuadrados, sin necesidad de hacer una compra. Es decir, el ciudadano puede llevar una batidora rota, un secador viejo o un teléfono móvil y depositarlo en el contenedor correspondiente sin comprar nada a cambio. Es una obligación legal para estas superficies.

Esto también es aplicable al comercio online. Si un ciudadano compra un electrodoméstico por internet, el servicio debe incluir la entrega del nuevo y además, si así lo demanda, la retirada del antiguo. Es un derecho del consumidor que, además, facilita el reciclaje para personas que no tienen fácil acceso a un punto limpio o no pueden cargar con el aparato.

¿Cómo ve el papel de RAEE Andalucía en la construcción de una Andalucía más sostenible y circular?

Nuestro papel es, sobre todo, de coordinación. En RAEE Andalucía trabajamos para conectar a todos los actores: administraciones autonómicas, entidades locales, SCRAP, comercios, ciudadanía... Queremos ser un punto de encuentro para fomentar acciones conjuntas y eficaces en materia de economía circular.

Hoy más que nunca es urgente avanzar hacia un modelo más sostenible, donde los residuos no se vean como un problema, sino como una oportunidad. Con los aparatos eléctricos y electrónicos, esto es muy evidente: no solo se trata de evitar que contaminen, sino de aprovechar los materiales que contienen y darles una segunda vida.

Desde RAEE Andalucía vamos a seguir impulsando campañas, colaboraciones, acciones educativas y mejoras en la recogida selectiva para que Andalucía esté a la altura de los desafíos actuales. Creemos firmemente que la sostenibilidad no es solo una cuestión ambiental, sino también económica y social. Y en ese camino, estamos todos llamados a participar.



Antonella Maggioni: “Agrow Analytics quiere crecer tanto a nivel nacional como internacional para combatir la crisis hídrica”



ENTREVISTA

ANTONELLA MAGGIONI
CEO AGROW ANALITYCS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Nos gustaría conocer, ¿cuál es la historia de Agrow Analytics y en qué sectores concretamente operan? ¿Cuáles son las soluciones que ofrecen al mercado?

En cuanto a la historia, Agrow Analytics nació de un programa de incubación aquí en Málaga, donde nos conocimos los tres emprendedores y empezamos a finales del 2020, resolviendo la problemática que estábamos viendo a nivel mundial, pero, sobre todo, en Andalucía, relacionada con cómo la agricultura se estaba enfrentando cada día más a los retos relacionados con el agua.

Actualmente, el 70% de agua se usa en agricultura, e incluso en algunas cuencas es un porcentaje mayor, y cada día los agricultores estaban enfrentando nuevos retos con el cambio climático, el aumento de temperaturas, periodos prolongados de sequía y de lluvia.

Conocí a Pablo Crespo, que es uno de los cofundadores, y Fernando Ferrer, que es el otro cofundador, y empezamos con una solución enfocada en optimizar el uso del agua en agricultura. El software permite, a través de una recomendación de riego que combina tanto información meteorológica, como información de sensores, información agro-nómica, información del sistema de riego, combinando todos esos inputs, obtenemos

una recomendación de riego, de acuerdo con la necesidad real del cultivo.

Es una herramienta tecnológica que permite que el agricultor pueda regar y aumentar la productividad, incluso a través de la estrategia del riego.

En este sentido, Antonella, ¿qué aceptación ha tenido este software? Porque, como bien comenta, son múltiples los desafíos a los que se enfrentan los agricultores en este sentido, e imagino que soluciones de este tipo son muy importantes a día de hoy, ¿verdad?

Sí, nosotros comenzamos trabajando directamente con los agricultores, ayudándolos a mejorar la gestión del agua en sus cultivos. Con el tiempo, evolucionamos hacia un enfoque más integral, entendiendo que los agricultores no trabajan de forma aislada: producen para empresas y corporaciones, y finalmente, esos productos llegan a nosotros como consumidores. Por eso, empezamos a integrar la agricultura dentro de un sistema más amplio, conectándola con la cadena de suministro de las empresas y con la gestión de las cuencas donde operan.



Hoy, nuestro trabajo se centra en colaborar con corporaciones de sectores como alimentos, bebidas o tecnología, que están invirtiendo en proyectos de eficiencia hídrica. Nosotros identificamos y conectamos a las empresas con agricultores cercanos a sus centros de operación. De esta manera, facilitamos un trabajo conjunto, alineando las necesidades de las empresas, los productores y la sostenibilidad de los recursos hídricos a través de la implementación de la tecnología de Agrow para conseguir la eficiencia hídrica en la agricultura.

¿Qué oportunidades presenta en la actualidad el mercado agrícola europeo, en comparación con otras regiones, y cómo se están adaptando vuestras soluciones para abordar estas especificidades? ¿Necesitan trabajando en nuevos desarrollos de productos, por ejemplo?

Sí, respecto a la agricultura y al mercado europeo, todavía hay mucho margen de mejora. Estamos trabajando en soluciones complementarias, también enfocadas no solo en la problemática de cantidad del agua, sino también de calidad del agua relacionada con la agricultura, en planes de fertilización, herramientas de medición de huella hídrica, proyectos donde, por ejemplo, se incluyen prácticas de agricultura más sostenibles, como cobertura vegetal, lo que ayudan a

“Los principales objetivos están alineados con crecer tanto a nivel español como a nivel global”

mejorar la retención de agua en el suelo e integrado con, por ejemplo, un plan de riego, un plan de fertilización, generan gran impacto a nivel agrícola.

No obstante, Antonella, el sector agrícola es muy diverso. Imagino que, en este sentido, la personalización de sus herramientas analíticas y conocimientos para satisfacer las necesidades es altamente notable, ¿no?

Sí, al final nosotros tenemos un equipo de ingenieros agrónomos y nuestra herramienta es muy personalizable a cada condición, tipo de cultivo, marco de plantación, tipología de suelo, la biodiversidad de ese suelo, etc. Toda esa información se tiene en cuenta a la hora de implementar la herramienta en conjunto con el agricultor.

De cara al futuro, ¿cuáles son los objetivos que se marcan?

Los principales objetivos están alineados con crecer tanto a nivel español como a nivel global. En Andalucía, donde se enfrentan grandes desafíos en cuanto al tema hídrico o a la crisis hídrica, nuestros objetivos son mejorar nuestra presencia.

También contamos con proyectos en Aragón, Extremadura, Toledo, ya estamos trabajando en otros países como Brasil, Chile, Ecuador, Estados Unidos, con lo cual a nivel de visión y de objetivo queremos posicionarnos para tener mayor alcance y generar un impacto hídrico positivo en distintas cuencas estresadas.

De cara a vuestra internacionalización, ¿hay algún país en el que estén mostrando especial interés?

Tenemos varios, en Latinoamérica se ha mostrado bastante interés y es un continente que cuenta con gran porcentaje de la economía dedicado a la agricultura. También tenemos la vista puesta en el mercado asiático, que está en una fase emergente.



ENTREVISTA

BRUNO ORDAZ
GERENTE NEVO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Podría presentarnos brevemente Nevo? ¿Cuál es la misión principal de la empresa y su visión a largo plazo en el sector en el que opera?

Nevo es especialista en construcción industrializada y trabaja en tres líneas de productos diferenciados: baños y cocinas industrializadas, habitaciones industrializadas y edificios modulares. Con estas tres soluciones de industrialización en 3 dimensiones abarcamos desde la industrialización de cuartos húmedos como baños y cocinas en residencias, hoteles, hospitales o viviendas, hasta la construcción de edificios modulares de servicios, viviendas o comerciales, pasando por módulos de habitaciones industrializadas, que permiten abarcar en un sólo módulo espacios de unos 30 metros cuadrados, como habitaciones completas de hotel, hospital o residencias, así como aseos colectivos entre otros.

Su misión es ofrecer a promotores, constructores y arquitectos, soluciones innovadoras y de calidad para el sector de la construcción a través de la construcción industrializada o construcción *off site*.

Actualmente y también a largo plazo, en España y el resto del mundo se está caminando hacia un sector de la construcción que cada vez se apoye más en soluciones industrializadas para cumplir los requisitos de certeza, rapidez y la calidad que requiere el mercado.

¿Cómo ha evolucionado Nevo desde su fundación hasta la actualidad? ¿Cuáles han sido los hitos más significativos en su desarrollo?

Nevo puso en marcha su fábrica hace ahora diez años, evolucionando desde entonces hasta ser hoy



Bruno Ordaz: “En estos 10 años Nevo ha cumplido objetivos importantes”

en día uno de los referentes en la producción de módulos industrializados con proyectos en toda la geografía española, incluyendo Islas Baleares, así como en Portugal.

En estos diez años hemos cumplido objetivos importantes, ampliando nuestra capacidad y participando en grandes proyectos de edificios de diferentes usos como el Hospital 12 de octubre de Madrid, la Terminal de Cruceros de Tarragona, la Alameda de Málaga, grandes centros logísticos, edificios portuarios, residencias de estudiantes, hoteles o promociones de viviendas para las grandes empresas constructoras y promotoras a nivel nacional.

En términos de reducción de residuos, ¿cómo impacta

el diseño modular en la generación de desechos durante la fabricación y al final de la vida útil del producto?

La construcción industrializada reduce significativamente los residuos y optimiza la clasificación de éstos para su reciclaje. Estos términos se plantean desde la fase de diseño, y posteriormente se consolidan en fase de producción. Al producirse en una fábrica única en lugar de en las diferentes obras, estos planteamientos son mucho más factibles. Existen también soluciones que permiten reutilizar algunos componentes al final de su vida útil.

¿Creen que la demanda de productos modulares aumentará en el mercado? ¿Cómo se

están preparando para esta tendencia?

Estamos convencidos de que la demanda de soluciones industrializadas en la construcción aumentará significativamente en los próximos años. Nevo, como parte de su plan de desarrollo, contempla seguir ampliando su capacidad de producción y optimizando sus procesos para hacer frente a este incremento de la demanda con las máximas garantías.

A este respecto y ante este aumento de la demanda por parte del mercado que se producirá en los próximos años, en Nevo vamos a aumentar, al menos, un 30 % la capacidad de producción anualmente. Adicionalmente trabajamos en la mejora continua de todos nuestros

procesos, lo que también redundará en un mejor y más ágil servicio.

¿Qué papel juega la innovación en la estrategia de Nevo, especialmente en relación con la sostenibilidad? ¿Hay algún proyecto de I+D+i en curso que nos pueda adelantar?

La innovación es uno de los pilares fundamentales de Nevo. Consideramos que los especialistas en construcción industrializada tenemos que jugar un papel importante en cuanto a la innovación que necesariamente tiene que incrementarse en el sector de la construcción tradicional.

En relación con la innovación en sostenibilidad, trabajamos en diferentes líneas para lograr objetivos como la reducción de consumos energéticos, la utilización de energía de origen renovable, la reducción en la generación de residuos en producción, o la reducción de huella de carbono de los módulos producidos. Estos avances nos permiten ser un colaborador óptimo cuando se abordan proyectos en los que se requieren los más altos certificados de sostenibilidad.

¿Cómo visualizan el futuro de Nevo en los próximos 5-10 años? ¿Cuáles son sus principales objetivos de crecimiento y expansión?

El futuro de Nevo pasa por la innovación, la sostenibilidad y también por la colaboración. Las soluciones industrializadas deben tenerse en cuenta desde la concepción de los proyectos de construcción. Para hacer eso posible Nevo trabaja para optimizar sus servicios de asesoramiento a promotoras, arquitectos y constructoras, con el objetivo de que la transición hacia la industrialización sea lo más eficaz posible.

Otro de los objetivos que se cumplirán a corto plazo es aumentar nuestro catálogo con nuevas soluciones de construcción industrializada adaptadas a las necesidades de nuestros clientes y colaboradores.



ANTONIO ALARCÓN. KAHUPET

En mi familia siempre se nos inculcó la importancia de crear, experimentar y desarrollar nuestros propios proyectos

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Kahupet está enfocada en transformar la forma en que cuidamos a nuestras mascotas. Es un asistente de inteligencia artificial diseñado especialmente para “pet lovers”, que ofrece apoyo personalizado en tres áreas clave: cuidado, nutrición y entrenamiento. Lo innovador de KAHUPET es que funciona a través de un modelo de lenguaje de IA que se adapta al perfil de tu mascota y actúa como si fuera ella misma quien te hablara. Así, puedes recibir notificaciones, recomendaciones y acompañamiento diario, creando una experiencia cerca-

na, útil y profundamente personalizada”. Así explica Antonio Alarcón el funcionamiento de su empresa que “nació de una necesidad muy personal. Soy papá de dos peluditos — una gata y un perro (Uchuva y Rocky) y, como muchos tutores de mascotas, me enfrentaba constantemente a la incertidumbre de no saber exactamente qué les pasaba cuando notaba algún cambio en su comportamiento o salud”.

“Solía buscar respuestas en Google o con herramientas de inteligencia artificial, pero la información era confusa, poco fiable o muy general. Fue entonces cuando empecé a experimentar con formas de automatizar y personalizar esas búsquedas, hasta lograr adaptar ChatGPT para que me diera respu-



tas más claras, precisas y enfocadas en el perfil específico de mis mascotas. Comencé a compartir esta solución con otras personas que tenían el mismo problema, y la respuesta fue tan positiva que entendí que esto no era solo una solución personal, sino una oportunidad real de negocio para responder a una necesidad latente en el mercado”, explica este empresario que confiesa que desde siempre el emprendimiento ha estado presente en su vida. “En mi familia siempre se nos inculcó la importancia de crear, experimentar y desarrollar nuestros propios proyectos. Tanto mi hermana como yo crecimos con esa menta-



lidad: desde montar una pequeña repostería hasta lanzar iniciativas personales o liderar mi propia agencia de marketing, siempre ha existido ese impulso por emprender”.

Kahupet todavía está en una etapa temprana de inversión y desarrollo, pero, según proyecta Antonio, “mi visión a mediano plazo no es solo que el negocio me permita vivir de él, sino que se convierta en una empresa sostenible que también genere oportunidades para muchas otras personas que forman parte del equipo. Para mí, emprender desde Andalucía, específicamente desde Jerez de la Frontera no solo es un reto, sino una gran oportunidad de demostrar que desde las regiones, desde los lugares más pequeños, también se puede innovar, crecer y construir proyectos con visión internacional”.

MARIO CASTILLO. LAZOS

Emprender es construirse a uno mismo

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Lazos es una empresa dedicada a conectar a personas mayores en torno al ocio en un afán de luchar contra la soledad no deseada. “Conectamos a personas mayores de 60 años entre ellas de modo que puedan encontrar compañía para sus planes favoritos. La idea detrás de la empresa surgió de nuestra compañera Angi, que la presentó en la ronda de pitch del Startup Weekend. Nuestra idea era buscar una forma de lidiar con la soledad que sufren muchas personas mayores de 60 años hoy en día”, explica Mario Castillo, promotor de este proyecto.

“Tal como yo lo veo, emprender es construirse a uno mismo, por lo que, todo lo que sea trabajar en el desarrollo personal y en este caso concreto, también social, es emprender y ofrecer valor a la sociedad, lo que yo considero que es lo más importante”, comenta este joven que ha intentado en otras ocasiones llevar a cabo otras iniciati-



vas también relacionadas con personas mayores. “La principal ventaja de emprender es sentir que tu trabajo tiene un propósito y poder organizar con cierta libertad tu horario de trabajo. Las principales desventajas para mí serían la gestión de la incertidumbre y la carga fiscal con la que vivimos en España”.

Lazos es, hoy por hoy, una empresa en desarrollo, pero con la idea de ser “una Start-up que prospere y que en un futuro podamos dedicarnos a tiempo completo a ella. Yo soy una persona bastante inquieta y, aparte de mis pasiones empresariales, también me apasiona el mundo de la investigación, por lo que me gustaría encontrar una manera de unir todo lo que me gusta y poder dedicarme a mi pasión y vocación”, explica Mario que confiesa que para él “emprender es devolver a la sociedad todo lo que ella nos ha dado en nuestra vida. Entonces, para mí sería bastante importante crear un impacto en mi ciudad, Sevilla, y en mi comunidad autónoma, Andalucía”.



LUIS ENRÍQUEZ. SERVCONNECT

Emprender es un impulso, un discernimiento, un descubrir constante, un construir ideas y hacerla visibles

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

ServConnect es una iniciativa producto de identificar una serie de necesidades relacionadas con el mantenimiento y reparación en el hogar. “Lo que analizamos es la dificultad que existe para poder encontrar un técnico de mantenimiento de manera oportuna y con servicios de calidad y por eso creamos ServConnect que es una aplicación que ofrece la oportunidad de contactar con los técnicos de mantenimiento y reparación que se encuentran en tu zona. Puede seleccionar el tipo de servicio por temáticas de una manera rápida y segura. Teniendo mecanismo de pago cerrado y a través de la



App, brincando la oportunidad para visibilizar el trabajo de los diferentes técnicos de mantenimiento y reparación”.

Luis Enríquez explica que para él “emprender es un impulso, un discernimiento, un descubrir constante, un construir ideas y hacerla visibles.

De mi parte siempre emprender ha sido una opción. Presente la idea en un Start Weekend, Sevilla UP, y la idea fue validada y junto a otros jóvenes le dimos forma a un prototipo y modelo de negocio que nos permitió ganar el 3er lugar. Y vemos a ServConnect como una gran oportunidad para los usuarios y para el mundo empresarial”.

“He hecho varios intentos de emprendimiento, desde tener una crianza de ganado vacuno hasta una tienda Vintage de marcas exclusivas que fue mi primer proyecto que fue rentable y me permitió por casi dos años tener una cartelera de cliente sólida y facturando a gran escala. Esa tienda vintage es un gran recuerdo e impulso en mi vida”, explica Luis que cree que estás tentativas “te permiten descubrirte y exponer tu talento, creer y confiar en lo que eres y en lo que puedes lograr, además, de todo los beneficios sociales y económicos que pueden surgir de ese proceso. Un desafío es la incertidumbre de si se logrará o si podrá estar en el mercado, permanecer y visibilizarse tus productos. Otro desafío es captar los fondos necesarios para mantener el proyecto en funcionamiento. Por último, el apoyo gubernamental hacia los pequeños empresarios y Emprendedores”.



Andalucía prevé superar los 9.000 millones de euros en ingresos turísticos y alcanzar los 500.000 puestos de trabajo de cara al verano

El consejero de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía, Arturo Bernal, ha presentado en Cádiz las previsiones turísticas para este verano en Andalucía, comunidad que prevé alcanzar los 9.000 millones de euros en ingresos, un 3,1% más que en 2024, y los 500.000 trabajadores de cara a la temporada.

“El turismo siempre da buenas noticias a Andalucía y, gracias a nuestra apuesta hacia un modelo sostenible, estamos consiguiendo buenos resultados que medimos en ingresos y empleo”, ha explicado Bernal que, en cuanto a los datos, ha vaticinado un “excelente verano turístico” con una previsión de alcanzar los 9.000 millones de euros en ingresos, un 3,1% más que en el verano del 2024. En cuanto al empleo, el escenario más optimista estima

que se alcancen los 501.000 trabajadores, lo que supondría un 6,4% más en comparación con el pasado año.

Por lo que respecta al número de turistas, las previsiones de la Consejería apuntan a un total de 12,8 millones de visitantes, lo que supone un crecimiento del 1,5% respecto al año anterior. Además -ha continuado- “mantenemos nuestra cuota en el mercado nacional con un total de 8,5 millones de turistas (un 0,5% más) y mejoramos en un 5% la llegada de visitantes extranjeros hasta los 4,3 millones”.

El consejero ha detallado que el índice que mide la concentración de turistas a lo largo del año ha sido reducido del 0,27 al 0,12 en cuatro años, siendo cero el mejor resultado. “Nuestro índice de concentración al cierre de 2024 era tres veces menor que el



de Baleares. Estamos consiguiendo espaciar a los turistas a lo largo de todo el año y gestionar mejor la capacidad de acogida de los municipios”, ha opinado.

Para Bernal, estas cifras son hitos que sitúan a Andalucía en el contexto de destino sostenible, al crecer a mayor velocidad en

ingresos y empleo que en llegadas de visitantes. Respecto a las pernoctaciones hoteleras, las previsiones se estiman en torno a 20,7 millones, un 3% más que en 2024 -600.000 pernoctaciones más-.

Respecto a las provincias, todas crecen respecto al verano de 2024 aunque, según ha resaltado, destaca el buen comportamiento de las provincias de interior. “Córdoba y Jaén experimentarán crecimientos por encima de la media andaluza. Estamos consiguiendo extender la actividad turística en verano más allá del litoral y eso nos permite que más territorios se beneficien de la actividad turística”, ha insistido.

En cuanto a conectividad aérea, se espera que los aeropuertos andaluces cierren el verano 2025 con la llegada de más de 35.600 vuelos (+5,5%) que ofertarán más de 6,3 millones de asientos. Estas cifras suponen crecer un 5,8% respecto al mismo periodo del año anterior.

En este contexto destaca el aumento del 11,4% en asientos procedentes Reino Unido. “La recuperación de este mercado ya es todo un hecho y que nuestra estrategia de conectividad aérea da resultados”, ha dicho poniendo en valor también los crecimientos notables en mercados como el de Países Bajos o Polonia.

Andalucía integra en Nexus la estrategia de transformación digital, formativa y sostenible del turismo

El consejero de Turismo y Andalucía Exterior, Arturo Bernal, ha presentado el proyecto Andalucía Nexus, plataforma que integra el conjunto de la estrategia innovadora para la transformación digital, formativa y sostenible de la industria turística de la comunidad y que sitúa al destino “en la vanguardia del turismo inteligente”.

Bernal ha subrayado que el turismo actual “necesita respuestas integradas, ágiles y alineadas con los grandes retos del sector”, por lo que este nuevo ecosistema “nace para garantizar la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo. Así, ha asegurado que Andalucía “va a liderar desde el dato, el talento y la colaboración”.

Esta visión se estructura en cinco grandes ejes, que “responden de forma clara y con-

creta a los principales desafíos del turismo actual”; concretamente la gestión del dato, la captación de audiencias, el desarrollo del talento, la internacionalización sostenible y la aceleración de las pymes turísticas del destino.

El proyecto cuenta además con la implicación de grandes empresas tecnológicas, líderes con los que colabora la Consejería como Microsoft, Amazon, Simpleview, LinkedIn o Telefónica; así como entidades e iniciativas internacionales como ONU Turismo o NECsTour.

Administraciones, ‘big tech’ y empresas locales se unen así en Andalucía Nexus para convertir la innovación turística sostenible en resultados medibles, una visión compartida que coloca a esta iniciativa como “una apuesta por democratizar el acceso al conocimiento”.

Ha destacado el desarrollo tecnológico del proyecto, en ámbitos como la inteligencia de negocio, el marketing automatizado o la concentración de grandes cantidades de datos y su transformación, con inteligencia artificial, “en información valiosa para la toma de decisiones”. Pero ha matizado que “también hablamos de personas, de propósito y de un turismo más humano; Nexus es tecnología con alma”.

El consejero ha valorado además aspectos como que “cualquier profesional o empresa, sin importar su tamaño, tenga acceso a las mismas oportunidades de transformación”; así como la incorporación de una estrategia de formación “práctica, moderna y accesible”.



A través de Andalucía Nexus “impulsamos un nuevo modelo, más avanzado, más consciente y conectado con su tiempo”, constituyendo “un sistema de inteligencia colectiva que conecta datos, talento y tecnología, para construir juntos el nuevo modelo turístico andaluz”.

Tecnología, datos e innovación

El nuevo ecosistema tecnológico reúne herramientas avanzadas, alianzas estratégicas y soluciones colaborativas orientadas a destinos turísticos y empresas; a partir de una plataforma estructural para toda la innovación turística que permite que cualquier empresa o destino encuentre la solución exacta que requiere en un mismo lugar.

Se articula por tanto como una plataforma ágil y accionable, estructurada entorno a cinco grandes retos, si bien el recorrido de los agentes de la industria en el ecosistema será accesible y personalizado, ofreciéndoles una experiencia adaptada para que puedan conectar con lo que necesitan. Toda la información y las diferentes posibilidades para beneficiarse de este proyecto se encuentran en su página web: nexusandalucia.org.



Entre los galardonados aparecen Masterchef, la asociación de Agencias de Viajes de Jaén el programa Destino Andalucía de COPE, el Grupo Hoteles Porcel de Granada, los trabajadores Lucía Soriano y Arturo Bermúdez, la Escuela de Hostelería Islantilla de Huelva, el restaurante La Costa de Almería, la asociación Rutas del Vino y Brandy del marco de Jerez y la ciudad de Córdoba.

Los premios Andalucía de Turismo 2025 reconocen la excelencia, la calidad y los valores humanos de esta industria

Estos reconocimientos son otorgados por la Junta de Andalucía para distinguir la labor de personas, empresas e instituciones en el ámbito turístico de la región.

Estos premios se conceden en diversas modalidades, como la excelencia turística,

la trayectoria empresarial, el trabajo en el sector, la innovación y la accesibilidad, entre otros.

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

SURRENDER
TO LOLA FLORES

SURRENDER TO THE
**ANDALUSIAN
CRASH**

Andalucía



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Junta
de Andalucía

andalucia.org



La Fundación Cajasol reafirma su liderazgo cultural y su proyección nacional en la presentación de su memoria



La Fundación Cajasol ha presentado su Memoria de Actividades 2024 en un emotivo acto celebrado en el patio central de su sede en Sevilla. El encuentro ha contado con la intervención del presidente de la Fundación, Antonio Pulido, en conversación con el periodista Jesús Vigorra, ante la presencia de numerosos colaboradores, representantes institucionales, medios de

comunicación y amigos de la entidad.

Durante el acto se han repasado los principales hitos de un año excepcional, con cifras de impacto que consolidan a la Fundación como un referente social y cultural: más de 1,5 millones de beneficiarios en actividades culturales, más de 1,1 millones en programas de emprendimiento y fomento empresarial, más de 515.000 personas en acción social, educación y empleo, y más

de 65.000 personas beneficiadas en el ámbito del deporte, la salud y el medioambiente.

El presidente de la Fundación Cajasol ha destacado durante su intervención el compromiso de la Entidad de trabajar más allá de Andalucía y para ello “colaboramos con las instituciones culturales más importantes de este país, lo que ha hecho que nuestra proyección en este sentido sea cada vez mayor. Además, a esto se le suma el liderazgo en las

redes sociales, en las que trabajamos y estamos destacando de forma muy evidente, los números no mienten”. Por último, Pulido ha explicado que “cada vez tenemos una mayor presencia internacional a través de proyectos de cooperación al desarrollo en los que colaboramos y queremos seguir trabajando este 2025.”

2024 ha estado marcado por momentos emblemáticos, como la primera edición de los Premios del Flamenco Cajasol, una gala que reunió a las grandes figuras de este arte declarado Patrimonio de la Humanidad; o los numerosos Encuentros en Cajasol, que han acogido a personalidades del mundo de la cultura, el pensamiento, la literatura y el arte, reafirmando el papel de la Fundación como foro abierto al diálogo plural y la reflexión.

El ciclo Letras en Sevilla, uno de los encuentros más importantes de España, ha seguido consolidando su papel como foro de reflexión sobre los grandes temas del presente. Junto a él, se han desarrollado otros ciclos ya tradicionales como “Gozos de Diciembre”, centrado en la Navidad, o “Tramos de Cuaresma”, vinculado a la Semana Santa, así como el 25 aniversario de los Jueves Flamencos, que ha celebrado el compromiso continuado de la entidad con el flamenco.

En el terreno expositivo, la Fundación organizó en 2024 un total de 36 exposiciones, que recibieron más de 200.000 visitantes, reafirmando su papel como uno de los grandes dinamizadores culturales de Andalucía. Entre las muestras más destacadas figuran “Botero. Sensualidad y melancolía”, “Salustiano + Semana Santa”, “Juan Valdés. Pinturas”, y “Pasión y Gloria. Pedro Roldán y las Hermandades de Sevilla”, además de la exposición conmemorativa del 25 aniversario de los Jueves Flamencos. Las sedes de la Fundación en Sevilla, Cádiz, Córdoba y Huelva acogieron estas propuestas, que combinaron patrimonio, arte contemporáneo y divulgación cultural.

En el ámbito de la acción social, además de numerosas colaboraciones con distintas entidades, la Fundación ha seguido impulsando el programa Andaluces Compartiendo, con Fundación “la Caixa” y Landaluz, mediante el cual se han distribuido productos esenciales a miles de personas vulnerables.

La Fundación ha intensificado sus alianzas a nivel nacional con instituciones como el Teatro Real, el Museo del Prado, la Real Academia Española, la Fundación Princesa de Girona, la Real Academia Europea de Doctores o la Fundación Albéniz, y ha estado presente en escenarios internacionales tan significativos como Roma, donde el presidente Antonio Pulido fue recibido por el Papa Francisco; París, apoyando el desfile de Juana Martín en la Alta Costura; las ciudades de La Habana y Miami, reforzando su presencia cultural y social en Iberoamérica, y Costa de Marfil, donde se han llevado a cabo programas de atención oftalmológica.

En el entorno digital, la Fundación ha alcanzado un hito notable: más de 9 millones de visualizaciones en redes sociales durante 2024, situándose entre las entidades culturales con mayor proyección online.

En palabras de Antonio Pulido: “Somos Andalucía, pero también somos mucho más. Somos un puente entre tradición y modernidad, entre lo local y lo global. Nuestra voz se escucha aquí, pero también en París, en Roma, en La Habana o en Abiyán”.

«Verano en Cajasol»: Música, arte y cultura para todos los públicos en Sevilla, Córdoba, Huelva y Cádiz



La Fundación Cajasol presenta una completa programación cultural para los meses de verano en las ciudades de Sevilla, Córdoba, Huelva y Cádiz, con propuestas que abarcan desde espectáculos musicales y teatrales hasta conciertos, talleres y actividades al aire libre. La oferta, pensada para todos los públicos, refuerza el compromiso de la entidad con el fomento del talento local, la dinamización del espacio público y el acceso a la cultura en distintas zonas de Andalucía.

SEVILLA | Noches de Verano en Cajasol

En la capital hispalense, el ciclo 'Noches de Verano en Cajasol' regresa al patio de la Fundación con una programación repleta de propuestas escénicas para todos los gustos. Durante los meses estivales, este espacio emblemático se transforma en un escenario al aire libre donde confluyen el teatro musical, el jazz, el pop, el rock, la música latina y espectáculos participativos.

El público podrá disfrutar de adaptaciones de grandes musicales, como Grease, noches dedicadas al swing con big bands de

prestigio, y homenajes a figuras icónicas del panorama musical en español. También destacan las veladas con ritmos de los años 70, donde la música disco y el humor se dan la mano, así como las sesiones temáticas dedicadas al baile latino, con talleres abiertos seguidos de conciertos cargados de sabor y energía.

El ciclo también reserva espacio para artistas emergentes, con conciertos íntimos que fusionan flamenco y pop, y culmina con un espectáculo de jazz vocal que rememora la elegancia de los años 30. Todas las actuaciones se celebran en un entorno acogedor, con entrada libre hasta completar aforo.

CÓRDOBA | Verano en Cajasol

En Córdoba, la Fundación Cajasol une fuerzas con el Ayuntamiento y el programa Planneo Córdoba Joven para ofrecer una propuesta musical centrada en el talento emergente. Los conciertos tienen lugar en el Quiosco Joven del Paseo de la Victoria, convertido en escenario de referencia para nuevas generaciones de artistas y espectadores.

Este ciclo destaca por su frescura, dinamismo y apuesta por la

fusión de estilos contemporáneos, desde el pop alternativo hasta sonidos vintage. Las bandas participantes ofrecen directos potentes, cargados de carisma, con el objetivo de conectar con un público joven en un espacio accesible y urbano, ideal para disfrutar de la música en las noches cordobesas.

HUELVA | X edición de Los Jueves en la Calle

La ciudad de Huelva celebra los diez años de Los Jueves en la Calle, un ciclo que ha sabido consolidarse como referente cultural durante el verano. Desde su primera edición, esta iniciativa ha revitalizado el centro histórico con espectáculos variados y un ambiente de cercanía e inclusión.

Cada jueves de julio, la música y las artes escénicas se toman las calles, con propuestas que van desde el jazz funk al estilo Nueva Orleans, pasando por la bossa nova, el rock andaluz, el flamenco con matices teatrales y la poesía urbana. La programación combina artistas consolidados con nombres emergentes, creando una experiencia cultural viva y compartida.

Las actuaciones se desarrollan en la zona peatonal de la Sala El Comercial, convirtiendo este enclave urbano en punto de encuen-

tro entre generaciones, donde la música es el hilo conductor de una celebración comunitaria.

CÁDIZ | VI Estival Flamenco y Noches en la Azotea

El Estival Flamenco Cádiz llega a su sexta edición como una de las citas imprescindibles del verano cultural gaditano. Este ciclo, que se desarrolla en la azotea de la Casa Pemán, en pleno corazón de la ciudad, ofrece una cuidada selección de propuestas flamencas que conjugan raíz y contemporaneidad.

La programación reúne a figuras reconocidas junto a jóvenes talentos del género, presentando actuaciones que combinan el cante tradicional con propuestas innovadoras. La singularidad del espacio y la cercanía del formato convierten cada concierto en una experiencia única. Con precios accesibles y una oferta artística de primer nivel, el festival se consolida como un escaparate del flamenco actual, abierto a nuevos lenguajes sin perder la esencia del arte jondo. Las entradas pueden adquirirse en el siguiente ENLACE.

A esta oferta se suma el ciclo Noches en la Azotea, una propuesta gratuita de conciertos al aire libre durante todo el verano.

Esta serie de actuaciones mezcla talento emergente y artistas consolidados, consolidando la azotea de la Fundación como un espacio privilegiado para disfrutar de la música en directo en el corazón de Cádiz. Entre los artistas participantes destacan Javypablo, Mario Díaz, Mesalla, Nolasco y Kisko Espinosa, que actuarán en distintas fechas entre julio y septiembre, brindando un variado recorrido por estilos actuales y voces con identidad propia.

La programación estival en la provincia se completa con una de las actividades familiares más entrañables del verano: el tradicional Concurso de Castillos de Arena en la Playa. Este evento, pensado para disfrutar en familia, se celebrará en distintos puntos del litoral gaditano, incluyendo Cádiz, El Puerto de Santa María, Chiclana, Conil y Valdelagrana, a lo largo de los meses de julio y agosto. Las inscripciones se realizarán directamente en la playa, una hora antes del inicio del concurso, y los participantes podrán optar a premios como entradas VIP para Aqualand Bahía de Cádiz y lotes de regalos, en una jornada que combina creatividad, diversión y espíritu veraniego.

#IncentivosTRADE

Andalucía TRADE

**Incentivos para el
comercio exterior y
la internacionalización
de las empresas**

11,5 M€

**Apoyamos tu empresa,
financiamos tu proyecto.**

