



Dr. Alfonso Carmona (Grupo IHP): "La atención integral y la innovación son la clave de nuestro modelo pediátrico" P36



Blanca Fernández (COOOA): "El COOOA ha reforzado su rol como organización activa en la defensa de la salud visual de Andalucía" P40



Luis Manuel Granados (Sociedad Hispalense de Anestesia): "Hispalense de Anestesia trabaja por la profesionalización de sus distintos estamentos" P39



Paloma Cuenca (Clínica Golden): "La belleza está en resaltar lo mejor de cada persona, no en transformarla" P41

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

AGOSTO MMXXV | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES



Marta Baturone:
"Terapia de realidad inmersivas en los hospitales de Andalucía" P37

ENTREVISTA.
PRESIDENTA Y VOLUNTARIA EN FUNDACIÓN RETOS AZULES



Raúl de Mula Moreno:
"LOOKING4PRO tiene como objetivo principal, investigar nuevas fuentes de proteínas alternativas sostenibles" P38

ENTREVISTA.
MIEMBRO DEL GRUPO OPERATIVO LOOKING4PRO

NUEVA ECONOMÍA

Agustín Martínez.
Abogado.
Miembro de Aljura
QUO VADIS, JUSTITIA P27

Alonso Gómez.
Asesor Fiscal.
Fundador de Gómez Antolín Asesores
¿Y si Hacienda te notifica en vacaciones? P23

Montserrat Godoy.
CEO de MG Talent.
Consultoría de Empresas Agroalimentarias
Tu salud no es una tendencia P24

Esther Parejo.
Consultora estratégica en Comunicación,
Visibilidad y Autoridad de Marca Personal
Bienestar, autenticidad y autocuidado: el modelo andaluz que marca tendencia P22



ENTREVISTA.
ESPECIALISTA EN UROGY

Dr. Edwin Romero: "La inteligencia artificial nos permitirá diagnosticar antes y de manera más precisa los casos de cáncer" P34



El sector aeroespacial andaluz logra un récord de facturación en 2024 con 2.914 M€, un 6,8% más, y mil nuevos empleos, hasta alcanzar los 15.500 P2

CAEA y Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía firman un convenio de colaboración para impulsar la calidad agroalimentaria y la competitividad de las empresas que operan en la cadena de valor P3



La propuesta de la Comisión Europea dinamita la PAC y perjudica notablemente a Andalucía como potencia agroalimentaria P4

El sector aeroespacial andaluz logra un récord de facturación en 2024 con 2.914 M€, un 6,8% más, y mil nuevos empleos, hasta alcanzar los 15.500

El sector aeroespacial andaluz logró una cifra récord de facturación en 2024 con 2.914 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 6,8% respecto al año anterior, y cerró el ejercicio con 15.496 puestos de trabajo directos, que representa un avance interanual del 7,3%, tras sumar 1.056 nuevos empleos en un año. “Un dinamismo que evidencia las capacidades de la industria andaluza y su adaptación a un entorno global cada vez más competitivo”.

Así lo ha destacado el consejero de Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía, Jorge Paradelo, durante la presentación del informe del sector de 2024 junto al presidente del clúster Andalucía Aerospace, Antonio Gómez-Guillamón, en la sede de la CEA, donde han puesto de relieve la trayectoria de crecimiento sostenido de esta industria superando los efectos de la pandemia y las fluctuaciones del mercado.

En materia laboral, el estudio arroja que “el 22% del empleo corresponde a mujeres y que estamos ante un sector altamente cualificado; el 44% de los trabajadores son titulados universitarios y el 40% son profesionales de Formación Profesional y operarios cualificados”, ha reseñado el consejero, que ha puesto el acento en el potencial del sector. “El empleo en los últimos 10 años ha crecido un 32,61%, mientras que el volumen de facturación se ha incrementado en un 29,86%”, ha subrayado Paradelo.

El informe anual del sector aeroespacial en Andalucía, que elabora Andalucía Aerospace con el apoyo de la Consejería de Industria, Energía y Minas, incluye una completa fotografía de la estructura del sector, que está compuesto por 148 empresas, de las cuales 105 se localizan en Sevilla, 23 en Cádiz, 13 en Málaga, tres en Córdoba, dos en Jaén, una en Huelva y otra en Granada.

El sector aeroespacial es un pilar estratégico de la economía andaluza que representa el 13,84 % del PIB industrial de Andalucía, “un porcentaje que demuestra, además de la consolidación del sector, su capacidad de generar riqueza, empleo de alta cualificación y valor añadido”, ha destacado el responsable andaluz de Industria, Energía y Minas.



En cuanto a las exportaciones, Andalucía se mantiene como segunda comunidad autónoma exportadora y representa el 29,8% de las exportaciones aeroespaciales nacionales, según los datos de Andalucía TRADE, donde destacan mercados emergentes como Asia.

Según el informe, si atendemos al número de empresas por segmento principal, 125 pertenecen a la industria aeronáutica, once a la aviación y actividades vinculadas a MRO (mantenimiento, reparación y operaciones), ocho al espacio y cuatro centran su actividad en los sistemas no tripulados (UAS, Unmanned Aerial Systems) y en la movilidad aérea urbana.

Precisamente son los segmentos de UAS y la movilidad aérea urbana, por un lado, y del espacio, por otro, los que experimentan un crecimiento importante en cuanto a facturación y generación de empleo con respecto a 2023, con un avance de la cifra de negocio del 59% y 24%, respectivamente. No obstante, el 50% de las ventas del sector se concentran en las aeroestructuras, que se mantienen como actividad principal para las empresas andaluzas.

Persiste el equilibrio entre la facturación por programas en el ámbito de la defensa (45%) y en el civil (55%), sin tener en cuenta la cifra de negocio de las empresas tractoras. “Un equilibrio que

fortalece la estabilidad del sector y demuestra su capacidad para operar con éxito en ambos mercados estratégicos. Y esto sin duda define una ventaja competitiva para Andalucía: refuerza la madurez y el carácter versátil e innovador de nuestras empresas”, ha subrayado Gómez-Guillamón en la presentación de los datos.

El consejero de Industria, Energía y Minas ha señalado que la industria aeroespacial andaluza parte de una posición estratégica para afrontar los grandes desafíos del sector, entre los que ha mencionado el aumento de la demanda global de los pedidos de aviación civil; el incremento del gasto europeo en defensa y los nuevos programas internacionales; o los sistemas no tripulados, ante los que “Andalucía debe reforzar su participación en proyectos clave y apostar por tecnologías críticas como los drones, aprovechando que el CEUS en Moguer (Huelva) y ATLAS en Villacarrillo (Jaén) nos han abierto un campo que debemos transformar en nuevas oportunidades industriales”.

Sin olvidar, ha dicho, que la transición hacia una aviación descarbonizada exige acelerar el uso de los combustibles sostenibles de aviación (SAF, por sus siglas en inglés) y avanzar en el desarrollo de nuevas tecnologías como el hidrógeno verde, donde la región está bien posicionada. “Andalucía, con su liderazgo en las tecnologías

limpias y proyectos como el hub NET ZERO de Jerez, con ayudas por 17 millones, puede y debe ser protagonista”.

Por su parte, el presidente de Andalucía Aerospace, Antonio Gómez-Guillamón ha valorado el crecimiento en facturación y empleo como “una confirmación de que el sector aeroespacial andaluz sigue siendo un motor clave de desarrollo industrial, tecnológico y de empleo para nuestra región. Este crecimiento refleja el esfuerzo colectivo de nuestras empresas, y si ampliamos la mirada a la última década, el balance es aún más sólido a pesar de los desafíos vividos en el periodo. Estos datos confirman que contamos con un tejido empresarial robusto, competitivo y en constante evolución.”

Otro de los datos incluidos en el informe que ha destacado es el relativo a la productividad media de las empresas que conforman la cadena de suministro, sin contar con las grandes firmas tractoras, que creció un 5,6 % en 2024.

“La hoja de ruta de la industria viene marcada por la transformación digital, la sostenibilidad y la innovación tecnológica. Pero la tecnología por sí sola no es suficiente. Convertir Andalucía en un ecosistema laboral atractivo, dinámico y con proyección internacional es uno de los grandes desafíos de la industria aeroespacial andaluza”, ha concluido el presidente de Andalucía Aerospace.





La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía han firmado un convenio de colaboración con objeto de reforzar las relaciones entre el modelo cooperativo y el sector de la distribución comercial.

El acuerdo busca también impulsar la calidad agroalimentaria y la eficiencia y competitividad de las empresas que operan en la cadena de valor, comprometiéndose ambas partes con la creación y el mantenimiento del empleo, así como con atender las necesidades de los consumidores andaluces.

La rúbrica del acuerdo ha tenido lugar en las instalaciones de la federación regional en Sevilla a cargo del presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, Fulgencio Torres Moral, y la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena. También estuvieron presentes en el acto de firma el director general de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, Jaime Martínez-Conradi, y el director general de CAEA, Álvaro González Zafra.

“Tenemos una cadena de valor ejemplar y muy eficiente, y este acuerdo servirá para poner en valor la calidad de los productos andalu-

CAEA y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía firman un convenio de colaboración para impulsar la calidad agroalimentaria y la competitividad de las empresas que operan en la cadena de valor

ces, auténticas joyas alimentarias, y continuar impulsando la competitividad de nuestras empresas a través de la colaboración entre los distintos eslabones de la cadena de valor y también entre las organizaciones que nos representan”, ha destacado la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena.

Especialmente, “en un momento de inestabilidad geopolítica, presión arancelaria y creciente inseguridad alimentaria como la que estamos viviendo actualmente”, por lo que “es necesario estrechar lazos e impulsar la cooperación y creación de sinergias entre los actores más importantes que operan en la cadena agroalimentaria en Andalucía”, ha subrayado por su

parte Fulgencio Torres Moral.

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía agrupa a la totalidad de las cooperativas agroindustriales de la comunidad. En concreto, componen la federación 617 empresas cooperativas agroalimentarias de todos los sectores: frutas y hortalizas, aceitunas y aceite de oliva, ganadería, lácteos, frutos secos, etc., las cuales aglutinan, a su vez, más de 340.000 agricultores y ganaderos profesionales asociados. Estas empresas alcanzaron un volumen de facturación superior a los 12.271 millones de euros en 2024.

Las entidades asociadas a Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía representan más del

60% de la producción agraria regional, si bien en sectores como el aceite de oliva este porcentaje supera el 70%. La actividad de las empresas cooperativas agroalimentarias crea alrededor de 40.000 empleos y están muy comprometidas con la innovación y con el relevo generacional.

En cuanto a CAEA, la organización empresarial que representa los intereses generales del sector de la distribución comercial organizada de gran consumo en Andalucía, mayorista y minorista, en formatos supermercados de proximidad, cash & carry y canal especializado de perfumería, está conformada por 24 grupos empresariales.

Su volumen de facturación alcanza los 42.000 millones de euros a nivel nacional (11.000 millones de euros en Andalucía), con unos 8.000 establecimientos comerciales (3.500 en Andalucía) y alrededor de 152.000 empleados en España (45.000 en Andalucía). Cuenta, además, con 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.

En virtud de este convenio marco de colaboración, Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía se incorpora como socio colaborador miembro de CAEA.



Una vez conocida y analizada la propuesta presentada por la Comisión Europea (CE) para el presupuesto comunitario del nuevo Marco Financiero Plurianual, así como el diseño de la PAC post 2027 (periodo 2028-2035), Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía manifiesta su rechazo frontal a dicha propuesta, a la espera de que tanto el Parlamento Europeo como los Estados miembros insten a la Comisión a dar marcha atrás a su diseño, tremendamente lesivo para los agricultores y ganaderos andaluces, así como para sus cooperativas. Por ello, la federación andaluza señala que no se quedará de brazos cruzados ante este nuevo despropósito, y no descarta recurrir a las movilizaciones para evitar que el campo andaluz siga perdiendo fondos.

La principal razón de la federación para su oposición es el recorte en el presupuesto. Así, la cuantía asignada por la CE a la nueva reforma implicará una bajada de más del 20% en los fondos asignados para la agricultura y la ganadería, pese a los múltiples retos que el sector se verá obligado a abordar en la próxima década y en un momento de inestabilidad geopolítica, presión arancelaria y creciente inseguridad alimentaria.

Además, la Comisión ‘dinamita’ la Política Agraria Común (PAC) tal y como la hemos conocido en los últimos 25 años, ya se carga su estructura de dos pilares (primer pilar para ayudas directas y segundo pilar para desarrollo rural), perdiendo su identidad. De hecho, la nueva propuesta aboga por integrar las políticas agrarias en un fondo único multisectorial. Esto significa que las ayudas agrarias se meterán en una bolsa común donde también habrá presupuesto para otros fondos y pudiendo haber intercambio entre las diferentes partidas presupuestarias.

En definitiva, las ayudas agrarias quedarán diluidas en ese fondo único. Además, serán los Estados miembros quienes gestionarán sus propios programas nacionales (agricultura, cohesión, desarrollo territorial, etc.) mediante un control superficial comunitario.

La propuesta de la Comisión Europea dinamita la PAC y perjudica notablemente a Andalucía como potencia agroalimentaria

Esto significa, en la práctica, la renacionalización de la PAC. Es decir, un cambio drástico en la forma en que se gestiona esta política, pasando de una gestión comunitaria como la actual a una gestión nacional por parte de

los estados miembros. Además, el apoyo a las medidas agrarias estaría supeditado a la consecución de reformas de la economía de cada país que nada tendrían que ver con la agricultura.



Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía no entiende por qué, desde Bruselas, capital de Europa, se pone en riesgo el funcionamiento del mercado único, que es un sostén esencial de la construcción europea desde hace más de 50 años. Por todo ello, la federación regional insta a apostar por una Política Agraria Común estratégica, independiente y autónoma, con una buena dotación financiera, personalidad jurídica propia y separada del resto de políticas comunitarias. Una política que verdaderamente sea agraria y común.

Y es que, la propuesta para la nueva reforma pone en peligro la soberanía alimentaria europea y debilita el papel de regiones productoras como Andalucía, que es la despensa de Europa.

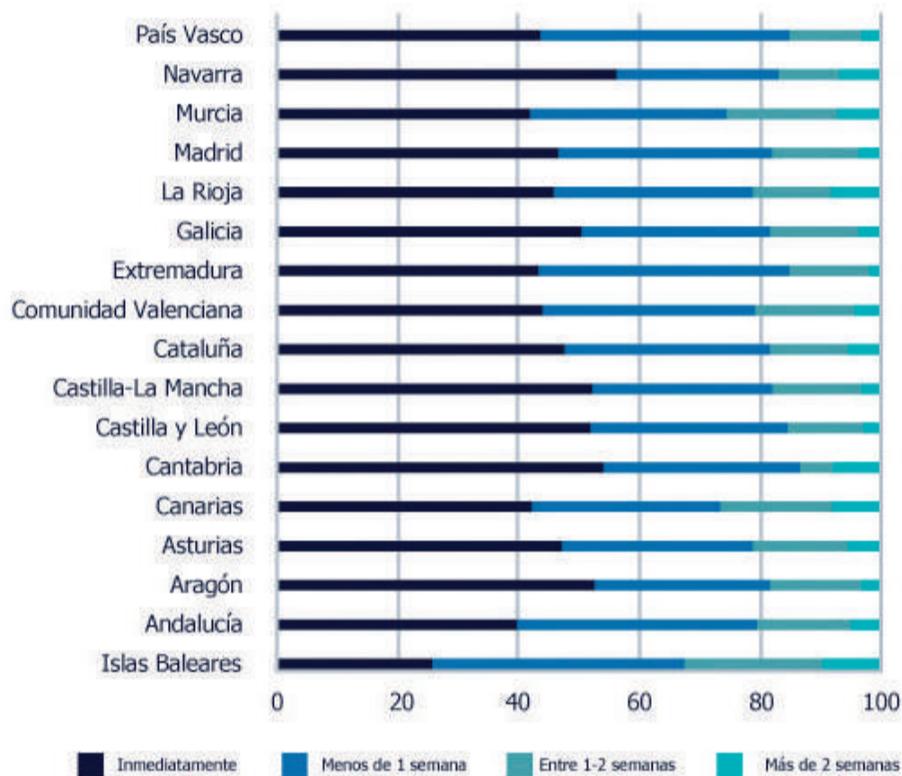
No más errores

Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía recuerda las drásticas consecuencias que pueden tener los cambios en la PAC para el campo andaluz. De hecho, el diseño del actual Plan Estratégico va a suponer pérdidas de casi 500 millones de euros para la comunidad al final del periodo, por lo que “no podemos cometer más errores”, insiste el presidente de la federación, Fulgencio Torres Moral.

En este sentido, insta también a mirar atrás y a recordar la situación vivida en la pandemia con las mascarillas, por lo que, insiste el presidente, “la PAC debe contribuir a garantizar la seguridad alimentaria europea. A generar riqueza y empleo de calidad en las zonas rurales. Y la agricultura y la ganadería son esenciales para garantizar el futuro de esa Andalucía rural, que tiene muchas posibilidades de desarrollo y crecimiento todavía de la mano de las cooperativas agro-alimentarias”.

Por todo ello, la federación andaluza exige a la Comisión Europea que consolide el papel de la agricultura en la construcción de una Europa fuerte y resiliente, y que la próxima reforma post 2027 respalde que exista una cadena de suministro segura con precios razonables, en el que las cooperativas agro-alimentarias andaluzas jueguen un papel clave para el futuro del sector y de las zonas rurales.

Los trabajadores andaluces, con dificultades para desconectar del trabajo: el 60% necesita como mínimo una semana o más



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El trabajo ya no termina al salir de la oficina ni al apagar el ordenador. A pesar de que en España existen leyes que regulan el derecho a la desconexión digital, la realidad laboral continúa muy alejada de su cumplimiento efectivo. Según una encuesta elaborada por Randstad, la empresa de talento líder en España y en el mundo, entre más de 4.300 personas en edad de trabajar, solo el 39,6% de los andaluces desconecta de forma rápida al concluir sus obligaciones formales. El 60% restante afirma necesitar varios días o, incluso, una semana o más para sacudirse el estrés laboral y olvidarse de sus ocupaciones diarias en el trabajo.

Más concretamente, casi el 40% de andaluces asegura que necesita varios días, mientras que el 20,5% asegura que como mínimo necesita una semana para desconectar del trabajo. Ello sitúa a Andalucía como la comunidad autónoma con un mayor porcentaje de trabajadores con dificultades para desconectar rápido de sus quehaceres diarios en el empleo.

En el conjunto de España, el porcentaje de profesionales que

afirma desconectar del trabajo de forma inmediata al comenzar sus vacaciones es del 46,9%, siete puntos por encima que en Andalucía. Siguiendo con datos del conjunto de España, el 48,5% de trabajadores señala que necesita una semana o más para desconectar del trabajo (34,2% una semana y un 14,3% hasta dos semanas), una cifra que en el caso de Andalucía alcanza el 60%. Más preocupante aún, un 4,5% confiesa que ni siquiera después de más de dos semanas de descanso consigue dejar de pensar en el trabajo.

Además, solo una de cada cuatro asegura no recibir nunca comunicaciones laborales fuera de su horario. El resto convive con interrupciones digitales fuera de la jornada de forma ocasional (30,6%), rara vez (28,8%), frecuente (11,3%), o incluso constante (4,3%).

Andalucía, entre las regiones donde más cuesta desconectar del trabajo en verano

Tampoco las vacaciones aseguran desconectar del trabajo. A nivel nacional, el 46,9% de los profesionales afirma que logra desconectar de forma inmediata. Sin embargo, el 34,2% necesita al menos una semana, el 14,3% hasta dos semanas y un preocu-

pante 4,5% admite que ni siquiera después de ese tiempo consigue relajarse mentalmente, es decir, un 53% de los españoles necesita más de una semana para desconectar del trabajo.

Por comunidades autónomas, Navarra (56%), Cantabria (54,1%) y Aragón (52,6%) encabezan el ranking de regiones donde más personas consiguen desconectar mentalmente nada más empezar sus días libres. Les siguen de cerca Castilla-La Mancha (52,2%), Castilla y León (51,7%) y Galicia (50,6%), también por encima de la media nacional.

En un punto intermedio se sitúan comunidades como Cataluña (47,5%), Asturias (47,2%), Madrid (46,6%) o La Rioja (45,9%), donde entre el 45 y el 50% de los trabajadores afirma poder desconectar desde el primer día. En Comunidad Valenciana, el 44% lo consigue, mientras que en País Vasco y Extremadura, los porcentajes se sitúan en 43,8% y 43,4%, respectivamente.

En el extremo opuesto del ranking aparecen regiones donde desconectar resulta más difícil, como es el caso precisamente de Islas Baleares (27,6%), Andalucía (39,6%) y Murcia (41,8%).

Más de 8 cada 10 andaluces reciben algún tipo de mensaje por parte de su empresa fuera del horario laboral

El trabajo ya no termina al salir de la oficina ni al apagar el ordenador. Aunque en España existe legislación que regula el derecho a la desconexión digital, la realidad sigue estando lejos de su cumplimiento efectivo. Solo una de cada cuatro personas encuestadas (24,3%) asegura que no recibe ningún tipo de interrupción digital al acabar su jornada laboral, mientras que el resto convive con algún tipo de intromisión, ya sea rara vez (28,8%), de forma ocasional (30,6%), frecuente (12,4%) o incluso constante (4,3%), según la encuesta de Randstad.

En Andalucía, la desconexión digital también parece lejos de consolidarse. Solo el 17% de los profesionales asegura no recibir nunca comunicaciones laborales fuera de horario, eso quiere decir que más de 8 de cada 10 andaluces reciben algún tipo de mensaje por parte de su empresa fuera del horario laboral, muy por encima que la media nacional (24,3%).

Además, las interrupciones frecuentes o constantes son algo más habituales en la comunidad andaluza que en el resto del país. En concreto, un 6% de los profesionales afirma recibir mensajes laborales de forma constante y un 11,4% con frecuencia, lo que suma un preocupante 17,4%, frente al 12,4% registrado a nivel nacional en estas categorías.

El 33,1% de los trabajadores andaluces declara que estas interrupciones ocurren "a veces", el 32,4% "rara vez" y el 17% nunca.

Más de la mitad de los empleados de la industria y la tecnología afirma que deja de pensar en el trabajo nada más empezar las vacaciones

La capacidad de desconectar del trabajo durante las vacaciones varía notablemente según el sector profesional. Este análisis asegura que los trabajadores de la educación, la sanidad y el transporte y la logística son quienes más dificultades tienen para desconectar cuando llegan los días de descanso.

En el sector educativo, solo el 40,4% afirma desconectar inmediatamente, mientras que un 26,3% necesita más de una semana y un 7% tarda más de dos semanas en dejar de pensar en el trabajo. El panorama es también complejo en la sanidad. Quienes se dedican a cuidar de nuestra salud parecen tener serias dificultades para cuidar de su propio descanso. Apenas un 37,3% consigue una desconexión instantánea. Mientras que en transporte y logística, un 31,6% requiere entre una y dos semanas.

En el otro extremo de la balanza se encuentran los sectores con mayor capacidad de desconexión. En el sector industrial, más de la mitad de sus profesionales (52,5%) afirma dejar el trabajo atrás desde el primer minuto de sus vacaciones. Le sigue de cerca el mundo de la tecnología y la informática, donde un 50,8% también logra esta desconexión inmediata. Otros datos relevantes completan la fotografía sectorial y es que en construcción, el 39,7% desconecta al momento y el 30,1% lo hace en menos de una semana; en el sector agrario, ganadería y pesca, el 32,9% desconecta inmediatamente y un significativo 38,6% en menos de siete días.

Expectativas de disponibilidad permanente

El problema no se limita a las notificaciones fuera de hora, sino que también hay una expectativa de disponibilidad permanente. Casi cuatro de cada diez trabajadores (37,7%) consideran que su empresa espera que respondan a esos mensajes fuera del horario laboral. Otro 22,8% no tiene claro si esa presión existe o no.

Más allá de los dispositivos encendidos, el reto principal es lograr una desconexión digital y mental real. Solo el 26,9% de los encuestados asegura que consigue desconectar por completo al acabar la jornada laboral. La mayoría se sitúa en un punto medio o bajo de desconexión, lo que evidencia que "cerrar la puerta mental" del trabajo sigue siendo una tarea pendiente. Esta falta de descanso sostenido contribuye al agotamiento emocional y a la fatiga acumulada, factores de riesgo para trastornos más graves de salud mental.





La Junta apoya 239 proyectos de energía térmica en Andalucía con 18 millones en ayudas

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Una instalación de geotermia para invernaderos, una solar térmica y el uso de biomasa para el secado de subproductos para la industria cervecera y aerotermia para climatizar un edificio universitario. Estas actuaciones de energías renovables son solo algunos ejemplos de los 239 proyectos apoyados con 18 millones de euros en ayudas por la Agencia Andaluza de la Energía, adscrita a la Consejería de Industria, Energía y Minas, a través del programa de

incentivos para la implantación de instalaciones de energías renovables térmicas, cofinanciado por la Unión Europea con fondos Next Generation.

Esas cuatro iniciativas, que son ejemplos de la apuesta que, desde diversos sectores como el agropecuario, servicios, industrial, residencial que ejerza actividad económica y sector público se realiza en Andalucía por la energía térmica, recibirán 4,3 millones en ayudas de la Junta, movilizándolo una inversión de 12,6 millones en la región y aportando un total de 44 gigavatios hora (GWh) al año de energía renovable.

► Geotermia para invernaderos, solar térmica y biomasa para subproductos de la industria cervecera o aerotermia para climatización de una universidad son algunos de los proyectos incentivados

Entre ellas, se encuentra la empresa granadina Invernaderos Geotérmicos del Sur, que va a aplicar recursos geotérmicos de un yacimiento de baja temperatura a invernaderos de cultivos ecológicos. Concretamente, se calentarán dos hectáreas de invernaderos de alta tecnología y cultivos hidropónicos, con una inversión de 917.264 euros, que la Agencia Andaluza de la Energía apoya con una ayuda de 255.535 euros.

Gracias a los 5,3 GWh al año de energía renovable, este proyecto permite el desarrollo de una actividad agraria altamente tecnificada y de gran valor añadido, ya que los cultivos están orientados a variedades con mucho valor en el mercado y fuerte demanda que serían inviables en exterior, dado que exigen mejores estructuras y condiciones de cultivo que las explotaciones convencionales.

Y es que, a diferencia de los invernaderos tradicionales, los invernaderos geotérmicos utilizan bombas de calor para extraer y distribuir el calor natural de la tierra. Este sistema mantiene una temperatura constante, lo que crea un microclima ideal para el crecimiento de las plantas y permite una producción agrícola constante e independiente de las condiciones climáticas del exterior.

A 3,35 millones asciende el incentivo concedido a L. Pernía, empresa especializada en subproductos para la industria cervecera, que va a invertir algo más de 9 millones para instalar un campo solar de calentamiento de aire, con una superficie de 10.000 metros cuadrados, para un proceso de secado de subproductos agroindustriales, tales como bagazo de cebada, pulpa de remolacha o destríos de tomate mediante un proceso de evaporación.

Esta instalación, que aportará 15 GWh al año de energía renovable, contará con un sistema de captadores microperforados que convertirán la radiación solar en energía térmica para calentar el aire que se introducirá en una cámara de combustión para alcanzar la temperatura necesaria para llevar a cabo el proceso de secado mediante un sistema rotatorio que voltará el producto mientras el aire caliente pasa a través de él.

Además, para complementar el proyecto anterior, la empresa solicitó también un incentivo para una cámara de combustión de biomasa de 12 MW de potencia térmica que va a proporcionar el calor necesario para el secado de los subproductos cuando el sistema solar térmico no sea suficiente,

especialmente en días en los que las condiciones climatológicas no sean adecuadas. Para este segundo proyecto, que va a movilizar algo más de 2 millones de euros de inversión y aportará 22,3 GWh al año de energía limpia, la Agencia Andaluza de la Energía le ha concedido un incentivo de 270.000 euros.

Además de los sectores productivos, el programa de incentivos para las instalaciones de energías renovables térmicas ha incentivado también el uso de este tipo de energía en los edificios e infraestructuras públicas.

Así, la Universidad de Granada cuenta con un incentivo de algo más de 400.000 euros para la reforma de la instalación de climatización de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos, mediante la tecnología de bomba de calor aerotérmica, con la que se mejora el rendimiento de la instalación a la vez que se amplía la potencia disponible.

Con una inversión de 621.410 euros, se va a sustituir una de las tres unidades enfriadoras existentes por una más eficiente y también se va a instalar un nuevo sistema de control utilizando 1,5 GWh al año de energía limpia para la refrigeración y calefacción de este edificio.



► La Consejería de Agricultura preside desde abril la Asamblea de Regiones Hortícolas de Europa durante un mandato de tres años

L REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA a comunidad andaluza, con gran peso en el sector de las frutas y hortalizas, lidera la defensa de los intereses del sector hortofrutícola a través de la Asamblea de Regiones Hortícolas de Europa (AREFLH), un lobby europeo que preside desde abril la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural durante un mandato de tres años de duración.

Tal y como ha explicado el consejero de Agricultura y presidente de AREFLH, “después de 25 años de trabajo en el seno de la asociación, Andalucía ahora tiene la oportunidad de hacer valer la importancia que tiene este sector como garante de la soberanía alimentaria europea y como pieza esencial para el mantenimiento de nuestra dieta mediterránea”.

Fernández-Pacheco ha asegurado que “en un contexto internacional de competencia de terceros países, de imposición de aranceles y de nuevas demandas y exigencias por parte del consumidor actual, se hace más necesario que nunca dar a conocer el

Andalucía, con gran peso en frutas y hortalizas, lidera la defensa del sector en un lobby europeo

trabajo que realizan todas las regiones y productores europeos en este sector y destacar por encima de todo la calidad, excelencia y sostenibilidad de nuestros productos frente a otros mercados”.

Así, además de impulsar nuevas políticas que sean favorables para los productores; fomentar la investigación, la innovación y el desarrollo territorial, así como participar en foros, asambleas y reuniones para representar al sector, el presidente de AREFLH también debe defender los intereses de los agricultores en aquellos procesos de elaboración de normativas comunitarias que les puedan afectar como la propuesta de la nueva Política Agraria Común (PAC).

En este sentido, Fernández-Pacheco ya ha defendido en Bruselas, en el marco del consejo de administración de la AREFLH celebrado a finales de junio, “un presupuesto

fuerte, flexible, independiente y robusto que beneficie a las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH), quienes se verán reforzados y tendrán más capacidad de defender sus intereses y necesidades.

Ante la nueva configuración de la PAC 2028-2034, el presidente de AREFLH se reunirá en las próximas semanas con distintas regiones y productores en Bruselas para formar “un frente común que defienda al sector hortofrutícola dentro de este nuevo marco plurianual injusto y que no considera prioritario al sector agroalimentario”.

Posteriormente, el 4 de noviembre, presidirá el Foro Anual de AREFLH, uno de los encuentros más importantes para la asamblea que reunirá a las partes interesadas del sector europeo de frutas y hortalizas y a las instituciones de la UE para debatir los problemas actuales que afectan al sector.

25 años de trayectoria

La Asamblea de Regiones Hortícolas de Europa (AREFLH) se creó en el año 2000 para defender los intereses de las regiones productoras de frutas y hortalizas de Europa con el objetivo de fortalecer la competitividad del sector en la Unión Europea apostando por el diálogo con las instituciones europeas.

Actualmente, reúne a 16 regiones de Bélgica, España, Francia, Grecia e Italia y 31 asociaciones y organizaciones de productores. Además de la participación directa del Gobierno andaluz, la presencia de Andalucía en la Asamblea de Regiones Europeas Hortofrutícolas se articula a nivel productivo a través de la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de la provincia de Almería (Coexphal).

M^a Ángeles Guarnido, nueva directora de la Autoridad Portuaria de Almería



rigía representa el 60% del capital humano de la autoridad portuaria. “Estoy convencida del excelente trabajo que desempeñará Guarnido en la Dirección de la APA, defendiendo el interés de este organismo público con todas las garantías y favoreciendo el crecimiento de los puertos de Almería y Carboneras”.

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por el

CEU-Luis Vives adscrito a la Universidad de Alcalá, posee formación especializada en comercio exterior, finanzas, contratación pública y máster en Gestión Portuaria y Transporte Intermodal por la Universidad Pontificia Comillas (ICADE Business School-Valenciaport). M^a Ángeles Guarnido se incorporó al equipo de la Autoridad Portuaria de Almería en 2002, tras cinco años de experiencia laboral en el sector privado. Desde 2008 hasta la fecha ha ocupado cargos directivos en la APA: jefa de División de Explotación y Conservación (2008-2016), jefa de Departamento de Explotación y Conservación (2016-2023) y jefa de Área de Explotación y Desarrollo, puesto directivo que ha ocupado hasta este miércoles cuando el consejo de administración ha aprobado su designación como directora.

Guarnido Rueda sustituye en el cargo a José Manuel Sánchez del Águila, quien se jubila tras 37 años de experiencia en el sector portuario y quien ha estado como director desde febrero de 2023. En este sentido, la presidenta ha puesto en valor el trabajo de Sánchez del Águila durante sus 35 años en la APA, como secretario general y director, agradeciéndole su compromiso con autoridad portuaria.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Consejo de Administración de la Autoridad Portuaria de Almería (APA) ha aprobado este martes por unanimidad el nombramiento de M^a Ángeles Guarnido Rueda como directora de la Autoridad Portuaria de Almería, convirtiéndose en la primera mujer que ostenta este alto cargo en la APA y en una de las dos únicas directoras que actualmente están presentes en los organigramas de las 28 autoridades portuarias del sistema nacional; además, es la primera vez, en la historia del sistema portuario nacional, que dos mujeres coinciden al frente de una autoridad portuaria como presidenta y directora. “En la lucha por la igualdad hay demasiado ruido. La obligación de los responsables públicos es no desviarnos, evitar la confrontación, buscar soluciones, ser justos y productivos”, señala la presidenta de la APA, Rosario Soto, quien añade que este nombramiento responde a los principios de igualdad, mérito y capacidad: “Ella es la persona adecuada para ocupar este cargo”.

Soto destaca de la nueva directora su profesionalidad y experiencia en el sector portuario, con más de veinte años ligados a la APA, y su liderazgo a la hora de gestionar equipos, ya que el área que hasta ahora di-

Diputación convoca las subvenciones para las asociaciones del Consejo de Mujeres



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación Provincial de Almería, a través del Área de Bienestar Social, Igualdad y Familia, ha aprobado en Junta de Gobierno la convocatoria de subvenciones 2025 dirigida a las asociaciones y federaciones de mujeres integradas en el Consejo Provincial de Mujeres. Estas ayudas, que se enmarcan en el Plan Estratégico de Subvenciones, tienen como finalidad promover la igualdad entre mujeres y hombres y contribuir a la erradicación de la violencia de género en la provincia.

La Junta de Gobierno aprueba la convocatoria que destinará 94.000 euros para financiar actividades y proyectos en pro de la igualdad y contra la violencia de género

En concreto, cada asociación del Consejo Provincial de Mujeres puede acceder a un importe máximo de 2.000 euros. Podrán acceder a la condición de beneficiarias de esta subvención, las entidades asociativas integrantes en el año 2025 que cumplan los siguientes requisitos:

- Pertenecer al Consejo Provincial de Mujeres en 2025.

- Estar al corriente en obligaciones tributarias y de Seguridad Social.

- No tener subvenciones anteriores pendientes de justificar.

El plazo para solicitar la subvención es de un mes desde el día siguiente a la publicación del extracto en el BOP. La tramitación es exclusivamente electrónica a través de la Sede Electrónica de la Diputación: <https://www.dipalme.org>.

La eficacia de la presente convocatoria está supeditada a la publicación de su extracto en el BOP y de las bases completas en el Tablón de Anuncios y en el Portal de Transparencia de la Diputación Provincial de Almería, donde se podrá consultar más información una vez publicadas las bases.

Se financiarán actividades que informen y sensibilicen contra la violencia de género, así como la que formen en el uso de TIC y competencias digitales para las mujeres asociadas. Los proyectos deberán desarrollarse en la provincia de Almería desde la publicación de la convocatoria hasta el 31 de diciembre de 2025.

El Puerto de Almería amplía su conectividad con Argelia para mercancías a través de la naviera MMC

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Puerto de Almería aprovecha la ventaja competitiva de ser el puerto europeo más próximo a Argelia. En este sentido, aumenta su conectividad con el país norteafricano para el tráfico de mercancías ro-ro con la naviera MMC – Madar Maritime Company, que ha iniciado la conexión puntual con Orán a través del ferri Romantika, consignado por Ronco. “Desde la Autoridad Portuaria de Almería hemos intensificado nuestras relaciones institucionales y comercia-

les con Argelia en el último año, un mercado en el que tenemos grandes oportunidades tras el desbloqueo comercial definitivo del país argelino a las importaciones españolas a finales de 2024. Esta labor, puesta de manifiesto en la visita que realizamos a Argelia en abril, está dando sus frutos gracias al trabajo conjunto con las empresas de la comunidad portuaria y se verá reflejada en los datos de tráfico portuario relativos a este año 2025”, señala la presidenta de la APA, Rosario Soto.

El Romantika ha emprendido este mes trayectos con carga desde Almería al puerto argelino, con la



previsión de iniciar la línea regular en otoño e implantarse de manera permanente en las instalaciones almerienses, donde ya dispone de un local. Esta nueva línea regular se sumará a la operada por la naviera Armas-Trasmediterránea, que realiza dos rotaciones semanales, una a

Orán y otra a Ghazaouet, incrementando una rotación con Orán en determinadas semanas solo destinada a carga. Además, durante la Operación Paso del Estrecho (OPE), Armas-Trasmediterránea refuerza la línea marítima entre el Puerto de Almería y los puertos de Orán

y Ghazaouet con una frecuencia semanal más respectivamente para atender el aumento de pasajeros en ese periodo.

El tráfico de mercancías entre los puertos argelinos y el de Almería creció un 136% en 2024 en comparación con el año anterior, alcanzando las 68.258 toneladas. Desde el Puerto de Almería se exportó principalmente carne animal y materiales de construcción como cemento, cerámica y yeso, mientras que las principales importaciones se refieren al capítulo de dátiles, higos y piñas; moluscos y manufacturas de plástico.

La planta de Moeve en San Roque (Cádiz) invierte 60 millones en eficiencia y reducción de emisiones



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La planta química Puente Mayorga de Moeve en San Roque (Cádiz) ha invertido más de 60 millones de euros en mejoras de eficiencia y reducción de emisiones CO2 a la atmósfera, así como a dar cumplimiento de inspecciones reglamentarias y mejoras en seguridad.

En una nota, Moeve ha informado de que esta planta química ha reiniciado esta semana su actividad tras concluir su parada general, "la más ambiciosa de su historia".

Tras más de 90 días, el periodo más largo de intensa actividad desde que esta instalación está en funcionamiento, las unidades ya están "a pleno rendimiento", un "hito" que supone para la compañía "otro paso importante" en la transformación de una planta que "aspira a ser la más eficiente de Europa y que posicionará la actividad química en San Roque como referente en materia de reducción de emisiones y apuesta por la digitalización".

Con la inversión, de aproximadamente 60 millones de euros, se ha llevado a cabo también el cambio de tecnología en la unidad de Pacol, proyectos de ciberseguridad y la mejora en la infraestructura eléctrica.

La intervención en diferentes unidades, 30 días en la planta de parafinas y 90 en la unidad de Pacol-alquilación, ha supuesto gestionar retos técnicos y de coordinación entre diferentes áreas de

la compañía para dar continuidad en el servicio a los clientes.

En ella han participado hasta 37 empresas contratistas, mayoritariamente con sede en la comarca, lo que ha requerido la intervención diaria de más de un millar de profesionales en los días de mayor actividad, contribuyendo así a fomentar el empleo local.

Las mejoras realizadas pretenden reducir el global de emisiones de CO2 de la planta entre el 10 y el 15%, principalmente por las actuaciones realizadas en la unidad de Pacol, donde se han instalado unos nuevos equipos de intercambio de calor que permiten un mayor aprovechamiento del calor generado en sus procesos, y en consecuencia reducir el consumo de gas natural hasta ahora necesario para su calentamiento, ha indicado Moeve.

También se han llevado a cabo actuaciones en el marco de proyectos de ciberseguridad y otras mejoras en la instalación eléctrica, y se han llevado a cabo la inspección de equipos y tuberías para asegurar la integridad de los activos, siguiendo el cumplimiento reglamentario.

El desarrollo de cada una de las paradas programadas que Moeve lleva a cabo en sus plantas requiere "un extraordinario trabajo previo de planificación", que comienza al menos un año antes y que requiere de "un gran trabajo de coordinación de todas las unidades y departamentos intervinientes", ha señalado la compañía.

La Diputación concederá subvenciones para ayudar a pymes y autónomos a generar empleos y mejorar su productividad



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación de Cádiz ha anunciado una nueva convocatoria de ayudas en régimen de concurrencia competitiva destinadas a pequeñas y medianas empresas (pymes) y personas autoempleadas en la provincia. En esta ocasión, el objetivo de estas subvenciones es contribuir a la ejecución de proyectos de mejoras productivas que les permitan adaptarse a nuevas exigencias en el entorno, así como crear o mantener puestos de trabajo.

Estas ayudas están gestionadas a través del Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico (IEDT) de la Diputación de Cádiz y cuentan con una dotación de 700.000 euros.

La convocatoria de este programa, titulado Avanza Pyme, ha sido publicada en el número 134 del Boletín Oficial de la Provincia de Cádiz (BOP) -con fecha 16 de julio-. En líneas generales, se consideran subvencionables los proyectos relacionados con la implantación de certificaciones, nuevos modelos o estrategias de

trabajo; dinamización empresarial y el fomento de la cooperación sectorial; programas o talleres de formación con al menos 20 horas de duración para mejorar competencias profesionales; y contratación de personas en situación de desempleo.

La subvención podrá sufragar hasta un 85 por ciento del gasto para el que se solicita la ayuda, con un máximo de 200.000 euros y un mínimo de 5.000 euros.

Entre los requisitos que deben cumplir las pymes o autónomos solicitantes, se encuentra que hayan mantenido la actividad sin interrupciones desde, al menos, el 1 de enero de 2022. Además, los proyectos subvencionables deberán ejecutarse en el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2024 y el 15 de octubre de 2025.

Cada solicitante sólo podrá solicitar ayuda para un proyecto. En caso de que se presente más de una, sólo se tendrá en cuenta la última que se haya presentado.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación de Cádiz ha acogido la IV edición de los Premios al Emprendimiento Femenino, una iniciativa organizada por esta institución provincial y Combo Comunicación con la colaboración de Moeve, Caja Rural de Granada, Movitrán, Junta de Andalucía mediante Andalucía Emprende y el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), Ayuntamiento de Cádiz y Universidad de Cádiz.

Los premios se reparten en cinco categorías: Trayectoria Profesional, Proyecto Innovador, Deporte y Cultura, Ciencia y Tecnología, y Mención Especial a la Trayectoria Profesional Provincial, esta última otorgada directamente por la Diputación de Cádiz.

Con una media de entre 40 y 50 candidaturas por edición, estos reconocimientos cuentan con un amplio prestigio en toda Andalucía.

Sonia Romero Moreno ha sido reconocida con el Premio a la Trayectoria Profesional por su doble iniciativa en Cádiz capital: la Agencia La Vecina, especializada en comunicación para proyectos sociales y sostenibles, y La Tienda de La Vecina, espacio que reúne a más de 200 marcas y artistas, en su mayoría mujeres emprendedoras. Romero también imparte clases de storyte-

Éxito de la IV Edición de los Premios al Emprendimiento y Liderazgo Femenino de Cádiz



desde Cádiz, la transferencia tecnológica y la formación de nuevas generaciones científicas con perspectiva medioambiental y social.

En la categoría Cultura y Deporte, el galardón ha sido

lloing digital en Edix (Universidad UNIR de La Rioja) y participa en foros nacionales sobre emprendimiento.

El Premio Proyecto Innovador ha sido para Sarah Pérez Jiménez, CEO y cofundadora del Grupo Gibraldrone, con sede en el Campo de Gibraltar. Su empresa combina tecnología aplicada con drones e inteligencia artificial, y lidera dos líneas clave: Gibraldrone, centrada en inspección técnica y automatización; y GBD Studios, especializada en marketing tecnológico y visualización avanzada.

Carmen Garrido Pérez, catedrática de Tecnologías del Medio Ambiente en la UCA, ha recibido el Premio Ciencia y Tecnología. Como directora del INMAR y coordinadora general del CEI-Mar, ha potenciado la proyección internacional del conocimiento marino

para Blanca Román Aguilar, directora de Divulgación Científica de la Universidad de Cádiz. Periodista y doctora en Artes y Humanidades, ha impulsado más de 600 actividades para acercar la ciencia a públicos diversos desde una perspectiva feminista y socialmente comprometida, con proyectos como Pioneras en la UCA, El Mar sin Barreras o La Noche Europea de los Investigadores.

El Premio a la Trayectoria Profesional Provincial, otorgado por la Diputación de Cádiz, ha recaído en Lola Caro Gallardo, presidenta de la Asociación de Empresas y Comercios de Conil. Empresaria comprometida con su tierra, dirige el Hotel Almadra Conil y el centro Mare Oleum, al tiempo que participa activamente en el tejido asociativo local y en el Patronato Municipal de Turismo.

Se crea en Lucena la 'Cátedra del Frío' para promover la IA y la innovación en la industria agroalimentaria



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación y la Universidad de Córdoba (UCO) han suscrito un convenio de colaboración por el que se crea la 'Cátedra del Frío' que contará, también, con la participación del Ayuntamiento de Lucena, la Asociación de Fabricantes Andaluces de Refrigeración (AFAR) y el GDR Subbética Cordobesa. El presidente de la institución provincial, Salvador Fuentes, ha destacado que se trata de uno "de los sectores más importantes de la industria andaluza y es un referente en España del sector de la climatización y de la refrigeración".

La 'Cátedra del Frío' surge ante la necesi-

dad de mejorar la eficiencia térmica del sector agroalimentario en la provincia de Córdoba. El presupuesto inicial es de 27.000 euros de los que 20.000 serán aportados por la Diputación de Córdoba, el Ayuntamiento de Lucena aporta 6.000 euros y el GDR Subbética y AFAR aportarán 500 euros cada uno; para un periodo de 12 meses que serán ampliables por periodo similares.

La cátedra tiene como objetivo esencial impulsar la innovación, la eficiencia térmica y la transferencia de conocimiento entre el sector agroalimentario y en el de la refrigeración y climatización, a través de acciones formativas, tecnológicas y de investigación colaborativa en Andalucía.

La Cámara acoge el segundo debate 'Las Fortalezas de la España Plural', una iniciativa nacional de la Cámara de Comercio de España



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba ha sido escenario del foro de debate 'Las Fortalezas de la España Plural', una iniciativa clave impulsada por la Cámara de Comercio de España y desarrollada a través de su red de 84 Cámaras territoriales en las 17 comunidades autónomas y en Ceuta y Melilla. Durante la reunión, el presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Antonio Díaz, ha destacado "la importancia de este encuentro porque vamos a identificar los valores y fortalezas de España y su gente partiendo del análisis de las fortalezas de la provincia de Córdoba gracias a participantes de primer nivel".

Este debate con líderes referentes de la sociedad civil local es el segundo hito del proyecto, después de celebrarse en la Cámara de Ciudad Real el pasado 10 de julio. En él, se

ha dialogado sobre los activos y valores que la demarcación geográfica de Córdoba aporta a la conformación de la identidad de España, siempre desde una perspectiva constructiva. Estos activos y valores buscan fortalecer a España, su progreso económico y social, y mejorar su imagen de marca país a nivel europeo y mundial.

En la sesión han participado el hostelero y gerente de la Ermita de la Candelaria, Javier Campos, el CEO y cofundador de Silbon, Pablo López, el deán-presidente del Cabildo Catedral de Córdoba, Joaquín Alberto Nieva, el doctor en Historia y escritor, Juan José Primo, el vicerrector de Transformación Digital y Gestión de Datos de la Universidad de Córdoba, Sebastián Ventura, y el gerente del Instituto Maimónides de Investigación Biomédica de Córdoba (Imibic), Alvaro Granados. El debate ha sido moderado por el presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Antonio Díaz.

Los participantes han profundizado en las contribuciones de Córdoba en ámbitos cruciales como historia, cultura, patrimonio natural, estilo de vida, deporte, instituciones, sistema económico y empresa, educación y valores, infraestructuras y movilidad, e innovación, ciencia y tecnología.

La Diputación impulsa una línea de apoyo financiero a Pymes y autónomos que moviliza 8 millones de euros a través de Garantía

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El presidente de la Diputación de Córdoba, Salvador Fuentes, ha firmado un convenio con la Sociedad de Avaluos y Garantías de Andalucía (Garantía SGR) que permitirá aumentar el fondo de provisiones técnicas hasta 200.000 euros. Esta iniciativa, que se desarrollará a través de Iprodeco, "permitirá impulsar con este acuerdo una línea de apoyo financiero de hasta 8 millones de euros en operaciones avaladas por Garantía SCG, mediante una aportación inicial de 200.000 euros a su fondo de provisiones técnicas", ha señalado Fuentes.

El presidente de la institución provincial ha destacado que con esta iniciativa "vamos a poder atender a Pymes y autónomos en toda la provincia de Córdoba, con una capilaridad en su reparto que



abarca hasta el más pequeño de los municipios".

Además, ha contextualizado este acuerdo destacando que "es el primero de estos convenios que se firma en Andalucía, que llevamos gestando bastante tiempo en una línea de trabajo en lo que supone para la provincia la BLET,

de forma que a modo de ejemplo tenemos una máquina de tren que es Córdoba capital y 76 distritos industriales que son cada uno de los pueblos, que tienen capacidad para aprovechar esta oportunidad y poder impulsar mayores y nuevas empresas".

"Estamos detectando qué em-

presas son capaces de adaptarse a esa economía dual para aprovechar no solo la BLET, sino otras posibilidades como el hidrógeno verde o la logística, porque lo que pretendemos es ensanchar la base tecnológica y reindustrializar la provincia de Córdoba", ha señalado Fuentes.

Además, ha añadido que, junto a esas nuevas posibilidades, desde la institución provincial "estamos definiendo los polos de innovación y desarrollo en la provincia, tanto públicos como privados, colaborando con la Junta de Andalucía en la formación profesional, de forma que ampliamos la actividad económica a otros sectores ya que agricultura y del turismo funcionan muy bien".

Fuentes ha destacado que "esto es una herramienta que abarata el coste de cualquier proyecto y sueño empresarial, que llega a cualquier rincón de la provincia,

que puede beneficiar al 70 por ciento del tejido empresarial, por lo que es una herramienta eficaz y muy eficiente para el empleo y el desarrollo de la industria".

Además, ha adelantado que, si bien el convenio parte con 200.000 euros, "si esto funciona y en el momento en el que estamos de aprovechamiento de las oportunidades que tiene Córdoba en materia de logística, de hidrógeno verde, o de la BLET, se ampliará en la anualidad 2026 hasta los 500.000 euros".

Por su parte, el presidente de Garantía SGR, Antonio Ángel Vega Pérez, se ha mostrado convencido de "con este convenio vamos a poder llegar a cualquier rincón de la provincia con la idea de mejorar las condiciones de financiación de cualquier emprendedor".

Estos fondos se prestarán a través del aval solidario de las operaciones financieras de préstamo y crédito que precisen los emprendedores de la provincia en el ejercicio de su actividad económica con destino a la inversión o al circulante, unas operaciones que deberán ser aprobadas por la entidad Garantía SGR y cuya aplicación tendrá como plazo máximo el 31 de diciembre de 2026.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El diputado de Fondos Europeos, Desarrollo, Industria y Empleo, Antonio Díaz, junto al vicerrector de Innovación Social, Empleabilidad y Emprendimiento de la UGR, Esteban Frías, y el presidente de la Comisión de Relaciones con la Sociedad del Consejo Social de la Universidad de Granada, Francisco Martínez-Cañavate, ha presidido el acto de clausura del programa 'Puentes 2025', que se ha posicionado como un proyecto clave en la lucha contra la despoblación por conseguir paliar el desempleo, retener el talento joven y desarrollar proyectos locales. En esta edición, han participado 35 jóvenes menores de 30 años, estudiantes de la Universidad de Granada, que se encuentran finalizando sus estudios en titulaciones afines a las actuaciones contempladas en las Agendas Urbanas y Rurales de cada territorio. Un dato relevante es el continuo aumento de la presencia femenina en cada edición, alcanzando un notable 71% en la actual.

Díaz ha destacado que "esto no es solo el cierre de una etapa, sino el inicio de una nueva para estos 35 jóvenes, que hoy están mejor preparados para afrontar los desafíos del mercado laboral y contribuir al desarrollo de nuestra de los municipios de la provincia".

Además, el diputado ha señalado que "el verdadero valor del programa reside en su capacidad para conectar el talento joven con las

Un total de 35 jóvenes universitarios consolidan el éxito del programa 'Puentes'

necesidades reales del territorio. Estos estudiantes no solo adquieren experiencia profesional, sino que generan un impacto tangible en sus municipios, contribuyendo a que el medio rural sea un lugar con futuro, innovación y oportunidades".

Por su parte, el vicerrector de Innovación Social, Empleabilidad y Emprendimiento de la UGR, Esteban Frías, ha indicado que "el programa 'Puentes 2025' es un ejemplo claro de colaboración entre instituciones para llevar el talento universitario al territorio. Enmarcado en la Alianza Estratégica entre la Universidad de Granada y la Diputación Provincial, cono-



cida como Impronta Granada, esta iniciativa ha permitido que más de 35 estudiantes procedentes de las titulaciones más diversas contribuyan al desarrollo de municipios y comarcas de la provincia. De este modo, se refuerza el papel de la Universidad como agente activo en la transformación del ter-

ritorio y en la construcción de lo público desde el conocimiento".

El objetivo del programa 'Puentes' es, por un lado, acercar al mercado laboral a estudiantes universitarios a través de prácticas extracurriculares y, por otro, apoyar el desarrollo de proyectos de las Agendas Urbanas y Rurales Locales en los municipios.

Cada estudiante ha realizado 600 horas de prácticas y ha percibido una beca de hasta 500€ brutos mensuales, además de una ayuda complementaria para compensar los gastos de desplazamiento a los municipios donde se ha desarrollado la práctica.

En esta edición, 8 Mancomunidades, 3 Asociaciones de municipios y 3 Ayuntamientos han promovido un total de 35 proyectos, que abarcan 12 sectores estratégicos como son promoción turística, vivienda, sector agroalimentario, igualdad, comercio, gestión, patrimonio, medioambiente, formación, sector de los cuidados, movilidad sostenible o emprendimiento.

El proceso de prácticas se ha desarrollado en modalidad semipresencial, combinando formación, prácticas en Agenda Urbana con tutorización y mentorización, y sesiones de orientación profesional. Han contado con la asistencia de 15 consultoras y profesionales especializados, y 18 mentores designados por el Consejo Social de la UGR, quienes han aportado su bagaje y conocimiento de manera desinteresada.

Aprobado un millón de euros en ayudas para mejorar el ciclo urbano del agua en la provincia



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El plan establece dos líneas de actuación principales. La Línea 0, obligatoria para entidades que aún no disponen de contadores en depósitos, está enfocada a instalar equipos de medición que permitan conocer el volumen de agua introducida en las redes. Por otro lado, la Línea 1 financia actuaciones de mejora en las redes hidráulicas que aumenten su rendimiento y reduzcan el agua no registrada, como la detección y reparación de fugas o la instalación de válvulas de presión.

En ambas líneas, se contempla la incorporación de tecnología avanzada para la gestión inteligente del agua, como contadores ultrasónicos y electromagnéticos de alta precisión, capaces de medir caudales bajos con mínima pérdida de carga. Estos

equipos, adaptables a módulos de comunicación remota, permitirán una supervisión más eficiente y en tiempo real del consumo y de las posibles incidencias en la red. Esto representa un salto cualitativo en la digitalización del servicio y en el control de los recursos hídricos a nivel local.

El diseño del programa prioriza a municipios de menor población, que recibirán un mayor porcentaje de ayuda, y contempla una cofinanciación que oscila entre el 10% y el 30%, según el tamaño del municipio. La ayuda máxima por entidad es de 50.000 euros, siendo compatible con otras fuentes de sufragación

pública o privada, siempre que no se supere el coste total de la actuación.

La convocatoria también incorpora criterios técnicos para valorar las solicitudes, como el rendimiento hídrico, la densidad de infraestructuras, la longitud de las redes de abastecimiento y la existencia de protocolos de gestión supramunicipal. El plazo de ejecución de las obras finalizará el 31 de diciembre de 2026.

Las entidades interesadas dispondrán de 20 días hábiles desde la publicación oficial para presentar sus solicitudes a través de la sede electrónica de la Diputación. La adjudicación se realizará en régimen de competencia competitiva para la Línea 1, mientras que la Línea 0 se distribuirá conforme al análisis técnico realizado por el área de agua de la institución provincial.

Diputación impulsa con 160.000 euros las ferias singulares comarcales del sector agroalimentario y agroganadero



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación de Granada ha aprobado una nueva convocatoria de ayudas, dotada con 160.000 euros, destinada a municipios y entidades locales autónomas de la provincia para la celebración de ferias singulares de ámbito comarcal vinculadas a los sectores agroalimentario y agroganadero. Este programa tiene como objetivo fortalecer el tejido económico local y potenciar el desarrollo de sectores clave para el medio rural. La inicia-

tiva se enmarca dentro del plan provincial de apoyo al desarrollo rural y a la promoción de productos bajo el sello 'Sabor Granada'.

La convocatoria correspondiente al ejercicio 2025 establece un régimen de competencia competitiva y está dirigida a municipios con menos de

50.000 habitantes. Se podrán presentar proyectos de ferias o eventos con reconocido arraigo que fomenten la comercialización, innovación y asociacionismo empresarial. Los beneficiarios deberán cofinanciar al menos un 10% del coste total y las actividades deberán desarrollarse dentro del presente año.

El plazo para presentar solicitudes finalizará el próximo 22 de agosto y la ejecución de los eventos subvencionados deberá concluir antes del 31 de diciembre de 2025.

Inetum impulsará la transformación digital en Huelva como patrocinador Premium de EINTEC 2025

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Encuentro Internacional de Tecnología y Digitalización para el Desarrollo Industrial (EINTEC 2025) contará con la participación de Inetum, líder europeo de servicios digitales, como patrocinador Premium. Durante los días 22 y 23 de octubre, la ciudad de Huelva acogerá este evento en la Casa Colón, donde Inetum presentará sus soluciones tecnológicas para generar un impacto digital positivo en empresas privadas, administraciones públicas y la sociedad en su conjunto.

Con presencia en 19 países y una plantilla de 27.000 profesionales, Inetum posee una red de centros que promueve la colaboración con los principales fabricantes de software para afrontar los desafíos de la transformación digital. En 2024, la compañía alcanzó una facturación global de 2.400 millones de euros, de los cuales 980 millones se generaron en el mercado español.

“EINTEC 2025 es un proyecto ambicioso que posicionará a Huelva como la capital de la industria 5.0 a través de las últimas novedades en tecnología y la digitalización. Contar con la participación de Inetum suma valor y talento a dos jornadas de innovación, conocimiento compartido y oportunidades para el ecosistema industrial y tecnológico”, ha compartido Jesús Gómez Melgar, Head of Digital - Energy Parks en Moeve y comisario de EINTEC 2025.

Eduardo Baltés, Head of Energy, Utilities & Chemical en Inetum, ha señalado que “Andalucía está impulsando la descarbonización de la industria y el transporte terrestre, aéreo y marítimo, y fortaleciendo la seguri-



dad energética de Europa. En este contexto tenemos capacidades técnicas y palancas claves para acelerar la transición energética, con soluciones que permiten medir y reducir las emisiones en tiempo real, con herramientas que integran datos ambientales y financieros, facilitando decisiones sostenibles, como ya estamos colaborando en la nueva Planta de Biocombustibles 2G del Sur de Europa. Desde el punto de vista de las nuevas infraestructuras energéticas que se están construyendo en Huelva, presentaremos en EINTEC 2025 nuestro enfoque innovador para la securización y ciberseguridad con el que Inetum eleva la protección en los complejos industriales”.

El encuentro está organizado por Moeve, con la colaboración de la Junta de Andalucía, a través de la Agencia Digital de Andalucía, y el Ayuntamiento de Huelva. Además del programa científico y la zona expositiva en la Casa Colón, EINTEC 2025 se extenderá también a otros espacios urbanos de Huelva con actividades divulgativas que acercarán a la ciudadanía los avances hacia una industria más sostenible, eficiente y digitalizada.

Vodafone España apuesta por Huelva en EINTEC 2025 como patrocinador Premium



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Vodafone España, compañía líder en telecomunicaciones, participará como patrocinador Premium en EINTEC 2025, el principal escaparate internacional de tecnología y digitalización, que se celebrará los días 22 y 23 de octubre en la Casa Colón de Huelva.

Organizado por Moeve, con la colaboración de la Junta de Andalucía a través de la Agencia Digital de Andalucía y del Ayuntamiento de Huelva, EINTEC 2025 se consolida como un espacio de referencia para mostrar cómo la tecnología está transformando el desarrollo industrial a través de casos reales. En este marco, Vodafone abordará áreas clave como Energía, Innovación, Sociedad y Personas, destacando su compromiso con la construcción de un futuro más sostenible.

“EINTEC 2025 nace como un punto de encuentro para mostrar cómo la tecnología

impulsa una industria más sostenible. La participación de referentes como Vodafone refuerza nuestro compromiso con la innovación real. Queremos acercar estos avances a la ciudadanía. Huelva será durante dos días el epicentro del futuro industrial”, ha compartido Jesús Gómez Melgar, Head of Digital - Energy Parks en Moeve y comisario de EINTEC 2025.

“Creemos en el rol transformador de la tecnología para construir un futuro más sostenible y digital de la mano de Moeve. EINTEC 2025 nos permite compartir nuestra visión sobre cómo la conectividad, la innovación y la digitalización están impulsando una nueva era industrial en España. Huelva será durante estos días un espacio clave para conectar talento, industria y ciudadanía en torno a los grandes desafíos del presente”, ha señalado Jesús Suso, director de Vodafone Empresas.

Con más de 2.400 metros cuadrados de superficie, la Casa Colón acogerá el programa científico de este encuentro internacional, que incluirá además una zona expositiva de carácter experiencial. EINTEC 2025 también se extenderá a distintos espacios urbanos, con el objetivo de acercar a la ciudadanía cómo la industria avanza hacia un modelo más sostenible gracias a la innovación y los avances tecnológicos.

El Colegio de Ingenieros de Minas del Sur visita las instalaciones de Atalaya Mining

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Colegio Oficial de Ingenieros de Minas del Sur (COIMS) ha organizado su Junta de Gobierno en Aracena (Huelva), en el marco de una jornada que ha combinado divulgación técnica y convivencia profesional. Posteriormente, los colegiados y colegiadas han visitado las instalaciones de la compañía minera Atalaya Mining y han participado en el recorrido turístico que ofrece la iniciativa Riotinto Experience.

Durante el encuentro, se han abordado temas clave para el futuro del sector, como la digitalización, la colaboración con otras entidades y la promoción de la Ingeniería de Minas entre las nuevas generaciones. En este sentido, el COIMS ha reafirmado su compro-



miso con la campaña ‘Un futuro lleno de oportunidades’, impulsada junto al Consejo Superior de Colegios de Ingenieros de Minas, para dar visibilidad a las múltiples salidas profesionales que ofrecen estos estudios.

“En un sector como la minería, donde muchas ofertas de empleo siguen sin cubrirse por falta de personal cualificado, es nuestra responsabilidad acercar esta profesión

a la juventud. Queremos que conozcan tanto el grado en Ingeniería de Minas como su máster habilitante, y las enormes oportunidades laborales que otorgan”, ha señalado Juan Ignacio López-Escobar, decano-presidente del Colegio Oficial de Ingenieros de Minas del Sur.

Riotinto Experience

Un ejemplo de minería moderna en Andalucía son las instalaciones de Atalaya Mining, que han

acogido la parte experiencial de la Junta de Gobierno. Concretamente, la comitiva ha visitado la planta de tratamiento del mineral y los depósitos de estériles, fases clave del proceso minero que ejemplifican el firme compromiso de Atalaya Mining con la innovación tecnológica, la seguridad y el respeto al medio ambiente.

Además, los miembros del Colegio Oficial de Ingenieros de Minas del Sur han participado en la iniciativa Riotinto Experience, un recorrido de unos 90 minutos de duración que cuenta con tres paradas: la corta minera de Cerro Colorado, donde se contempla la gran dimensión de los banales; la planta de proceso de transformación del mineral, y el Cerro San Dionisio, el punto más elevado del espacio minero, a 460 metros de altitud, donde se encuentra la

Cruz de Santa Bárbara, con vistas de todas las instalaciones y del territorio de la comarca.

“Es emocionante ver el funcionamiento de la minería del siglo XXI, una actividad innovadora, limpia, segura y, por tanto, sostenible. Vivimos un momento clave, en el que confluyen los avances tecnológicos de empresas como Atalaya Mining con la creciente demanda de materias primas para la transición energética”, ha subrayado López-Escobar.

Asimismo, los miembros del COIMS visitaron las instalaciones de la compañía Lain Tech, liderada por la investigadora Eva Laín, que ha desarrollado el proyecto E-LIX para obtener metales a pie de mina sin necesidad de utilizar disolventes ácidos y a temperatura y presiones atmosféricas. Se trata de un procedimiento que incorpora importantes mejoras ambientales, al permitir un vertido cero y evitar el envío de materiales a terceros países, reduciendo las emisiones de CO₂ y consiguiendo un aprovechamiento eficiente de los minerales tratados por Atalaya Mining.

UNEI duplica su capacidad logística en Jaén con una nueva sede en el Polígono Los Olivares

L REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA a empresa social andaluza UNEI comenzará el curso duplicando su capacidad logística en Jaén gracias a la puesta en funcionamiento de su nueva sede en el Polígono Los Olivares. Estas nuevas dependencias cuentan con más de 500 metros cuadrados entre almacenamiento y oficinas, lo que supone prácticamente el doble de la superficie disponible en la actualidad.

UNEI acometerá así sus nuevos proyectos en estas instalaciones, a las que se ha mudado tras incrementar su plantilla en torno a un 20% en 2025, alcanzando ya prácticamente las 70 personas en el equipo, en su inmensa mayoría con discapacidad.

Los principales proyectos que tiene en marcha UNEI en Jaén están en los sectores de la logística, así como la limpieza y servicios auxiliares. En materia de logística integral, UNEI lleva a cabo en Jaén operaciones de la cadena de suministro de la teleasistencia, que abarcan la planificación de las rutas desde un call center propio, la distribución e instalación domiciliar de dispositivos, así como la logística inversa de retirada cuando se producen bajas o averías y la reparación y reacondicionamiento de dispositivos.

También en este mismo sector logístico, UNEI cuenta con un servicio similar de almacenamiento, suministro y entrega de material



ortoprotésico domiciliario para pacientes crónicos y terminales.

Otro de los proyectos más relevantes de la empresa en la provincia consiste en la instalación de terminales de la Red Digital de Emergencias de Andalucía, incluyendo comunicaciones de servicios autonómicos de tanta importancia como el Plan Infoca, Emergencias 112 de Andalucía, la Empresa Pública de Emergencias Sanitarias (061) o la Policía Autonómica.

En la provincia de Jaén, UNEI ha llevado a cabo en torno a 300 instalaciones, con un equipo de 4 personas. De estas actuaciones, alrededor de 60 se han llevado a cabo in situ en centros de emergencias y la mayoría, 250, desplazando los vehículos a la sede logística

de UNEI. Alrededor de un 40% de la plantilla de UNEI en Jaén se dedica a este tipo de trabajos logísticos, que se distinguen por ser más cualificados y estar vinculados con externalización de procesos de la cadena de valor. Las necesidades de crecimiento de UNEI en este ámbito, tanto de almacenamiento como de capacidad de manipulado, hacían conveniente su traslado y consiguiente ampliación de espacio con respecto a la anterior sede.

El resto de los proyectos que tiene en marcha UNEI en Jaén en la actualidad se concentra en el ámbito de los facility services, fundamentalmente limpieza y servicios auxiliares, con importantes servicios tanto en la capital como en municipios como Martos o Baeza.

Diputación convoca ayudas para fomentar la contratación de personas desempleadas en empresas del medio rural

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación Provincial de Jaén ha puesto en marcha de nuevo la línea de ayudas dirigida a fomentar la contratación de personas desempleadas por parte de empresas y profesionales ubicados en el medio rural jiennense. Esta convocatoria, que estará abierta hasta el próximo 31 de octubre, se enmarca en el programa Talentium Empresa impulsado por la Administración provincial para “atraer y retener el talento a través de diversas estrategias que buscan conectar la oferta y la demanda entre las personas de la provincia de Jaén, principalmente entre los más jóvenes, y la incorporación de recursos humanos cualificados a las empresas demandantes de nuevos perfiles profesionales”, recuerda el diputado de Empleo y Empresa, Luis Miguel Carmona.

A esta línea de subvenciones, dotada con un total de 200.000 euros, podrán concurrir tanto empresas como profesionales autónomos cuyo centro de trabajo se encuentre en municipios jiennenses que cuentan con menos de 20.000 habitantes y que estén inscritos en la plataforma “Banco de talento” de la Administración provincial. “Cada empresa y solicitante podrán beneficiarse de 10.000 euros como máximo por cada contratación indefinida que lleven a cabo”, señala Carmona.

La ayuda otorgada tendrá que destinarse a la contratación —con carácter indefinido y jornada completa, por un periodo mínimo de seis meses— de personas demandantes de empleo que estén empadronados en cualquier municipio jiennense, principalmente los participantes en los programas Comunidad de Talento Jiennense, Talentium Jaén y Jaén+.

En la anterior convocatoria de Talentium Empresa se posibilitó la contratación indefinida de un total de 31 personas en municipios menores de 5.000 habitantes de la provincia.

María Isabel Gallardo, directora ejecutiva de la firma Artesanía San José, galardonada con el Premio Nacional en la categoría de ‘Mujer Empresaria’ de FEDEPE



pertenece Gallardo, el máximo responsable de la Administración provincial ha puesto de relieve que el caso de esta empresaria “es un ejemplo más de que Jaén es una tierra de oportunidades”.

En este encuentro, Reyes ha felicitado a María Isabel Gallardo por esta distinción, que es la primera vez que se

concede a una empresaria jiennense. “Es un reconocimiento que, además de ser un orgullo para ella, también lo es para la provincia en general y especialmente para las mujeres de Jaén”. Un logro que, ha reiterado, “confirma que nuestra provincia es una tierra de oportunidades para hombres y para mujeres, y en este caso para María Isabel, que ha sido capaz de aprovechar esa oportunidad y poner Artesanía San José donde tenía que estar”.

La concesión de este galardón ha motivado, como ha explicado el presidente de la Administración provincial, que “hoy la hayamos recibido aquí para felicitarla personalmente, pero también para darle visibilidad”. A su juicio, en la sociedad “necesitamos ejemplos, necesitamos modelos a seguir, y ella, sin lugar a dudas, es un modelo para el resto de hombres y mujeres de la provincia, pero especialmente para las mujeres de la provincia”.

La directora ejecutiva de Artesanía San José se ha mostrado “encantada de recibir este premio y que sea la primera vez que se otorga a una empresaria de nuestra provincia”. Por ello, y en primer lugar, ha “agradecido” a la Federación de Mujeres Empresarias y Profesionales de la provincia de Jaén que “propusiera nuestra candidatura y también el esfuerzo que hacen por dar visibilidad al trabajo de todas las mujeres de Jaén y provincia”. En esta línea, ha valorado que “nos apoyan, siempre están ahí”, por lo que ha “animado a todas las mujeres de la provincia a que se asocien, porque la verdad es que merece la pena”.

Respecto al premio que se le ha concedido, María Isabel Gallardo ha explicado que Artesanía San José “es una firma familiar que nació en Los Villares, el pueblo de mis padres, y nos trasladamos posteriormente a Jaén”. En total, ha señalado que “llevo 20 años en la gestión de la empresa, un tiempo en el que hemos salido al exterior y ahora vendemos al mundo entero” productos de decoración y cestería elaborados a mano con fibras naturales. Esto demuestra, en su opinión, que “desde Jaén se pueden hacer muchas cosas, y aunque tenemos nuestros problemas, la provincia es una tierra que da muchos frutos, que tiene muchos valores y estamos muy contentos”.

C REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA on motivo de este reconocimiento, María Isabel Gallardo ha sido recibida por el presidente de la Diputación de Jaén, Paco Reyes, en un acto, en el que también han estado presentes la diputada de Cultura y Deportes, África Colomo, el diputado de Empleo y Empresa, Luis Miguel Carmona, y responsables de la Federación de Mujeres Empresarias y Profesionales de la provincia JAEM, a la que

Un informe señala que Málaga se consolida como la economía con mayor actividad emprendedora de España

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El documento, que publica los principales resultados de la medición de la actividad y dinámica emprendedora en la capital y la provincia, ha sido realizado por la Cátedra de Emprendimiento Sostenible de la Universidad de Málaga, financiada por el Ayuntamiento de Málaga a través de PROMALAGA.

El principal resultado es la confirmación y estabilidad de los datos presentados en años anteriores y que muestran una economía con una actividad y dinámica emprendedora excepcionalmente elevada en comparación con el resto de la geografía española. Si bien, los indicadores mostraban valores sobresalientes en el año 2022, los datos obtenidos en 2023 reflejan mejores resultados en la mayoría de las mediciones que se emplean para evaluar el territorio en cuanto a su actividad emprendedora.

El dato más importante de la metodología GEM es la Tasa de Actividad Emprendedora o porcentaje de la población implicada en la creación y gestión de una nueva empresa. En 2023, la TEA de Málaga capital (9,8%) ha crecido y ha alcanzado nuevamente un valor superior al registrado en cualquier comunidad autónoma de España. La provincia también presenta un dato muy elevado (8,2%), destacándose como la mayor cifra registrada en los últimos años y situándose por encima de la media regional y nacional (6,8%).

La Tasa de Emprendimiento Potencial en la provincia, que mide la intención de empre-



der en los próximos tres años, se sitúa en el 12,8%, superando significativamente la media española (11,2%), lo que augura un crecimiento sostenido en la actividad emprendedora para los próximos años. En Málaga Capital la tasa de emprendimiento potencial en 2023 (11,7%) supera en casi tres puntos el dato registrado en 2022 (8,8%).

Los datos son muy buenos cuando la medición se refiere a la actividad emprendedora en su etapa más temprana (iniciativas con menos de tres meses). La Tasa de Empresas Nacientes de Málaga capital ha aumentado también y es la mayor registrada a nivel nacional y supera notablemente la media nacional. La Tasa de Empresas Nuevas en Málaga capital (4%) ha presentado también un registro muy favorable en términos comparativos con Andalucía y España.

El análisis de la Tasa de Abandono y cierre aporta información interesante sobre diferencias entre Málaga y otros territorios. En el caso de la economía malagueña el cese de la actividad se debe a causas de traspaso o inicio de otro negocio, en un porcentaje mayor que en otras economías. Sin embargo, es menor el porcentaje de casos de cierre por motivos de rentabilidad o inviabilidad del negocio. Se puede interpretar una mayor dinamicidad del mercado y una menor causalidad del cierre debido a motivos de la actividad empresarial.

En cuanto a los motivos del emprendimiento, los datos disponibles indican un emprendimiento de mayor calidad que el que ocurre en España. El porcentaje de las iniciativas que surgen por oportunidad es mayor en Málaga que en España.

La evaluación que realizan los expertos del contexto de Málaga como espacio para emprender es muy favorable. Los aspectos mejor valorados son: la existencia y acceso a infraestructura física y de servicios, los programas gubernamentales, la educación y formación emprendedora en niveles superiores y la existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional. Entre los aspectos a potenciar:

educación emprendedora en primaria y secundaria y la disponibilidad y accesibilidad de las fuentes de financiación.

No obstante, los programas y políticas gubernamentales (de las administraciones públicas), así como la formación en emprendimiento merecen una mejor valoración en el año 2023, con respecto a 2022.

La comparativa con el territorio nacional y la valoración media que se hace a nivel europeo ilustran un espacio que reúne las mejores condiciones para emprender. Si se miden trece aspectos del contexto de manera homogénea, Málaga presenta mejores valoraciones en once de ellos. El Informe describe un territorio que merece una evaluación muy favorable por sus condiciones para el desarrollo de la actividad emprendedora.

Resulta destacable el valor del NECI, construido para sintetizar toda la información recogida con relación a la evaluación del contexto. El NECI o Índice de Contexto del Emprendimiento de Málaga se mantiene estable en un valor de 5.3 durante los últimos tres años. Este valor es superior al registrado en la UE-27 (4.7) y España (3.8).

Se concluye con la estabilidad de la posición de liderazgo de Málaga en cuanto a actividad, dinámica emprendedora y valoración como territorio que facilita el emprendimiento. Estos resultados se han obtenido de manera recurrente en los últimos años y en 2023 han mejorado aún algo más. Así mismo, hay aspectos que deben centrar la atención y ser objeto de análisis. En concreto, la Tasa de Consolidación empresarial y la divergencia que ésta presenta con respecto a las tasas de actividad emprendedora. Igualmente, algunas dimensiones del entorno representan aún una barrera al emprendimiento, destacando el acceso a la financiación.

Comienzan las obras de urbanización del nuevo sector logístico, industrial y terciario de Vélez-Málaga que generará hasta mil puestos de trabajo



ciones, repartidos en los siguientes conceptos: zonas verdes, 12.915 m²; equipamientos, 6.675 m² y viales y servicios técnicos, 27.711 m². Por lo que respecta a la edificabilidad total de las parcelas privadas, ésta se sitúa en los 86.228 m².

Con una inversión prevista de casi 13 millones de euros, se estima que las obras de urbanización finalicen en un plazo de ejecución no superior a junio de 2026.

Las primeras estimaciones apuntan a la creación de 620 puestos de trabajo de empleo directo, 127 por lo que respecta a las obras de urbanización y 493 a las de edificación, así como hasta mil nuevos empleos una vez entre en funcionamiento y actividad el nuevo sector industrial, logístico y terciario. El nuevo desarrollo, que llega tras la plena ocupación del Parque Agroalimentario de Vélez-Málaga, contempla la instalación de modernas infraestructuras necesarias para las empresas actuales.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El proyecto, promovido por la Junta de Compensación de propietarios y ubicado junto a la autovía A-7 a pocos kilómetros de Málaga capital, contempla la urbanización de una superficie total de 121.726 m² de suelo, de los cuales 74.425 m² estarán destinados a parcelas edificables de uso industrial y actividad empresarial, mientras que un total de 47.301 m² se dedicarán a usos públicos y dota-

La Costa del Sol consolida su posicionamiento como destino de referencia para golfistas internacionales



La temporada comenzó con fuerza en enero en el marco de Fitur 2025, con la celebración de la Costa del Sol Golf Party, una acción que reunió a profesionales del sector y medios especializados para posicionar el destino como epicentro del golf en Europa. Esta iniciativa fue el punto de partida de una agenda diversa y ambiciosa.

Una de las acciones realizadas en el plano internacional por Turismo Costa del Sol, fue la participación en la Asian Golf Tourism Convention, un evento clave para atraer turistas de alto poder adquisitivo del continente asiático. También tuvo presencia destacada en el principal encuentro estadounidense del sector, reforzando la visibilidad de la oferta golfística malagueña en un

mercado con gran potencial de crecimiento.

Además, el destino fue escenario de importantes torneos como el Staysure Marbella Legends, que reunió a figuras del golf sénior internacional, y la XXVI edición del Pro-Am Costa del Golf Turismo, una cita consolidada que combina deporte y promoción turística ante touroperadores y medios especializados. En este marco, se organizó un press trip con medios internacionales, contribuyendo a amplificar la notoriedad del evento y del destino.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Con una agenda marcada por la presencia en eventos internacionales, la organización de torneos y acciones promocionales de alto impacto, el segmento del golf ha sido protagonista en la estrategia de Turismo Costa del Sol durante el primer semestre de 2025. La entidad ha apostado por mantener su liderazgo en este producto clave con iniciativas desarrolladas tanto dentro como fuera del destino.

Más de 120 empresas del sector turístico sevillano participaron en acciones de promoción del destino en mercados nacionales e internacionales durante el primer semestre del año

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Más de 120 empresas sevillanas han participado en las ocho misiones comerciales promovidas por la Diputación a través de Prodetur, hasta la fecha, con objeto de presentar la oferta turística del territorio en distintos mercados de interés.

Con estas actuaciones, se pretende facilitar el contacto entre el tejido empresarial turístico de la provincia con las agencias de viajes y medios de comunicación especializados de esos mercados emisores y sus áreas de influencia. En estos ocho viajes realizados durante el primer semestre del año, las empresas turísticas sevillanas han contactado con más de 250



agencias de viajes y turoperadores de los destinos visitados.

Se trata de encuentros profesionales o workshops programados dentro del Plan de Acción de

Promoción Turística del 'Destino Sevilla', que contempla, para 2025, más de una veintena de acciones promocionales en diferentes destinos nacionales e inter-

nacionales, seleccionados a través de consenso con la representación empresarial.

Por lo que se refiere al mercado nacional, el plan promocional acordado incluye actuaciones en ocho ciudades de cinco comunidades autónomas: Andalucía (primer mercado nacional emisor de turistas a la provincia de Sevilla, con el 13 % del total); Madrid (segundo mercado nacional emisor); Cataluña (tercer mercado nacional emisor); País Vasco y Aragón.

En este contexto, las ciudades españolas en las que Prodetur, junto al sector empresarial, ha realizado misiones comerciales y presentaciones del destino en lo que va de año son Madrid, Zaragoza y la localidad gaditana de El Puerto de Santa María.

Tras el periodo estival, las ciudades españolas en las que la Di-

putación prevé realizar misiones comerciales y presentaciones del destino este año son: Málaga, Vitoria-Gasteiz, Bilbao, San Sebastián y Barcelona.

En lo que respecta al mercado internacional, el programa observa la promoción en 13 destinos de tres continentes. Tras visitar las ciudades portuguesas de Oporto y Lisboa, y París durante el primer semestre, el próximo destino previsto es Praga, capital de la República Checa, cuarto país emisor de turistas a la provincia.

Otros destinos europeos incluidos en este plan promocional son Roma, Milán, Estambul y Manchester.

Fuera de Europa, y tras visitar Rabat (Marruecos), se prevén actuaciones en México, concretamente en la capital, y en las ciudades de Monterrey y Guadalajara.

El Puerto de Sevilla contribuye a la Economía Circular como nodo logístico para la biomasa



la licitación de aprovechamientos forestales en terrenos públicos y la apertura de mercados internacionales para productos como la biomasa leñosa. Un modelo que, lejos de restar valor ecológico al monte, lo protege y revitaliza, al reducir la carga de combustible vegetal, mejorar la estructura forestal y abrir nuevas oportunidades económicas en el medio rural andaluz.

Desde el Puerto de Sevilla se han movido más de 400.000 toneladas de biomasa (maderas, corcho

y hueso de aceituna) desde 2019, contribuyendo desde este puerto marítimo de interior a la Economía Circular de la región andaluza.

En concreto, la empresa Novalis ha gestionado el embarque de más de 100.000 toneladas, que, sumadas a las operaciones realizadas también en Huelva, Puerto Real y Almería, la cifra global asciende a más de 640.000 toneladas exportadas al norte de Europa y al Mediterráneo, con destino a centrales térmicas de producción eléctrica y calefacción en países como Francia, Italia, Dinamarca o Suecia.

El destino de esta biomasa son instalaciones energéticas que sustituyen el uso de carbón, fuel o gas natural, impulsando los objetivos de descarbonización marcados por la Unión Europea y ofreciendo una alternativa renovable y neutra en emisiones. Esta valorización energética permite rentabilizar lo que antes se consideraba un residuo, reforzando un sistema de autofinanciación que transforma la gestión forestal en una palanca para el desarrollo rural.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

En los últimos años el Puerto de Sevilla ha movido más de 400.000 toneladas de biomasa conformada por astillas de maderas, corcho y hueso de aceituna.

El presidente de la Autoridad Portuaria de Sevilla, Rafael Carmona; la delegada territorial de Sostenibilidad y Medio Ambiente de Sevilla, Inmaculada Gallardo; y el director general de Política Forestal y Biodiversidad de la Junta de Andalucía, Juan Ramón Pérez, han visitado una nueva operativa de exportación de biomasa forestal desde el Puerto de Sevilla. Esta actuación refuerza el papel estratégico de los muelles sevillanos en el impulso de un modelo de desarrollo sostenible basado en el aprovechamiento responsable de los recursos forestales. La exportación de biomasa contribuye, además, a la prevención de incendios y a la generación de riqueza en el marco de la economía circular.

Esta operación forma parte de un modelo de colaboración público-privada que se apoya en

UNEI ensamblará en su centro de Sevilla las nuevas CargoBikes de Mothium para última milla



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

UNEI llevará a cabo en su centro logístico de Sevilla las labores de ensamblaje final y posterior almacenamiento de las nuevas CargoBikes de

Mothium, empresa andaluza dedicada a la movilidad urbana profesional sostenible 360° que comenzará a producir de forma masiva a partir de septiembre estas bicicletas eléctricas de carga para última milla.

En una primera fase, está prevista una capacidad de ensamblaje y entrega de 1.500 vehículos al año, con 24 operarios en turnos, adaptando a continuación el proyecto a las previsiones de crecimiento de Mothium, que prevé una producción, a medio plazo, de 5.000 bicicletas de carga cada año.

UNEI habilitará en su centro logístico en las próximas semanas el

primer box de trabajo con todas las herramientas y materiales necesarios para el montaje más eficiente, un banco de pruebas para garantizar la calidad del producto y espacio suficiente para el almacenamiento. Además, está ya previsto ampliar a un segundo box tan pronto como la demanda de producción lo haga necesario.

Junto a la propia capacidad de producción, la empresa social aportará a su personal de almacén y de administración, software de gestión, así como los medios técnicos necesarios para coordinar toda la operativa.

La producción comienza en septiembre, con una capacidad prevista de 5.000 unidades anuales, todo ello ensamblado en España, apostando por una producción local, sostenible, y por una larga vida útil de los componentes, reduciendo al máximo el mantenimiento y el impacto ambiental.

Andalucía pierde más de 1.500 autónomos en el último mes

► El número de autónomos aumentó en más de 8.000 personas en tasa interanual

► Rafael Amor: "Vamos a terminar el año con la cifra de 600.000 autónomos en Andalucía"

El número de trabajadores por cuenta propia se ha reducido en 1.551 personas en el séptimo mes del año respecto a junio de 2025 en Andalucía, lo que ha situado la cifra total de autónomos en la cifra de 589.667 personas.

El presidente de ATA Andalucía, Rafael Amor, ha afirmado que

"los datos conocidos hoy muestran una cifra negativa de 1.500 autónomos menos, pero éste dato negativo está dentro de los datos registrados en el mes de julio de otros años". "Este dato negativo viene, sobre todo, provocado por la caída en educación, en transportes y las actividades administrativas, que hacen que todos los meses de julio tengamos datos negativos", ha añadido.

El Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) ha perdido en julio 7.286 autónomos. Si analizamos los datos por comunidades autónomas se comprueba que sólo hay 6 comunidades que lograron sumar autónomos en el mes de julio: Aragón (+29 autónomos), Islas Baleares (+192 autónomos), Cantabria (+69 autónomos), Castilla y León (+114 autónomos), Castilla-La Mancha (+37) y Galicia, con 18 autónomos más que en junio.

El resto de comunidades autónomas perdieron autónomos, siendo en términos absolutos las que más perdieron la Comunidad de Madrid (-2.266 autónomos), Andalucía (-1.551), Cataluña (-1.185) y Euskadi con un descen-

so de 889 cotizantes autónomos al RETA.

Por provincias, el número de autónomos ha descendido en todas, excepto en Huelva, donde se han sumado 4 autónomos. Destacan las pérdidas de Sevilla (-805), Córdoba (-277), Almería (-217) y Jaén (-175). También se registraron descensos en Granada (-45), Cádiz (-26) y Málaga (-10).

"A pesar de esto, vamos a recuperar autónomos en el mes de agosto y septiembre y estoy convencido de que vamos a llegar a la cifra de los 600.000 autónomos al terminar el año. Por lo tanto, a pesar del dato negativo estamos en la senda de crecimiento en Andalucía y vamos a seguir batiendo récord de autónomos", ha concluido.

Por sectores, en el último mes los mayores incrementos regionales se han registrado en hostelería (+147 autónomos) y en actividades inmobiliarias (+128). Por su parte, las mayores pérdidas se han

registrado en el sector de la educación (-637) y en el del comercio (-634).

Según el género, ambos sexos han registrado descensos en el mes de julio de 2025 respecto a junio de 2025, el mayor descenso se ha registrado en el colectivo de autónomas (-0,4%), mientras que los varones han descendido un 0,2%.

ANDALUCÍA SUMA 8.041 AUTÓNOMOS EN EL ÚLTIMO AÑO

Si analizamos los datos respecto a julio de 2024, observamos que Andalucía ha ganado más de 8.000 autónomos (8.041), destacando los crecimientos de Málaga (4.721) y de Sevilla (4.721).

Por sectores, es reseñable la pérdida de 2.374 autónomos del sector del comercio. Por el contrario, se han sumado autónomos en actividades profesionales, científicas y técnicas (2.735), en construcción (1.753) y en información y comunicación (1.188).

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, DICIEMBRE 2024- JULIO 2025

	DICIEMBRE 2024	JULIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	63.077	63.246	170	0,3
CÁDIZ	67.308	67.952	644	1,0
CÓRDOBA	54.513	54.418	-95	-0,2
GRANADA	69.284	69.602	317	0,5
HUELVA	29.744	30.100	356	1,2
JAÉN	42.378	42.665	287	0,7
MÁLAGA	137.835	141.600	3.766	2,7
SEVILLA	119.635	120.084	449	0,4
ANDALUCÍA	583.774	589.667	5.893	1,0
ESPAÑA	3.386.765	3.414.373	27.609	0,8

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

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, JULIO 2024 - JULIO 2025

	JULIO 2024	JULIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	62.809	63.246	438	0,7
CÁDIZ	67.779	67.952	173	0,3
CÓRDOBA	54.395	54.418	23	0,0
GRANADA	68.976	69.602	626	0,9
HUELVA	29.968	30.100	132	0,4
JAÉN	42.629	42.665	36	0,1
MÁLAGA	136.879	141.600	4.721	3,4
SEVILLA	118.191	120.084	1.892	1,6
ANDALUCÍA	581.626	589.667	8.041	1,4
ESPAÑA	3.381.485	3.414.373	32.889	1,0

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

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, JUNIO 2025 - JULIO 2025

	JUNIO 2025	JULIO 2025	VARIACIÓN	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	63.463	63.246	-217	-0,3
CÁDIZ	67.978	67.952	-26	0,0
CÓRDOBA	54.695	54.418	-277	-0,5
GRANADA	69.646	69.602	-45	-0,1
HUELVA	30.095	30.100	4	0,0
JAÉN	42.840	42.665	-175	-0,4
MÁLAGA	141.611	141.600	-10	0,0
SEVILLA	120.889	120.084	-805	-0,7
ANDALUCÍA	591.218	589.667	-1.551	-0,3
ESPAÑA	3.421.659	3.414.373	-7.286	-0,2

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

EVOLUCIÓN PARO, DICIEMBRE 2024- JULIO 2025

	PARO DICIEMBRE 2024	PARO JULIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	46.067	43.603	-2.464	-5,3
CÁDIZ	121.211	108.816	-12.395	-10,2
CÓRDOBA	54.320	51.897	-2.423	-4,5
GRANADA	70.647	66.692	-3.955	-5,6
HUELVA	34.074	30.837	-3.237	-9,5
JAÉN	35.793	34.953	-840	-2,3
MÁLAGA	119.074	108.865	-10.209	-8,6
SEVILLA	153.653	145.192	-8.461	-5,5
ANDALUCÍA	634.839	590.855	-43.984	-6,9
ESPAÑA	2.560.718	2.404.606	-156.112	-6,1

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

EVOLUCIÓN PARO, JULIO 2024 - JULIO 2025

	PARO JULIO 2024	PARO JULIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	48.222	43.603	-4.619	-9,6
CÁDIZ	117.830	108.816	-9.014	-7,7
CÓRDOBA	56.535	51.897	-4.638	-8,2
GRANADA	70.234	66.692	-3.542	-5,0
HUELVA	33.954	30.837	-3.117	-9,2
JAÉN	38.927	34.953	-3.974	-10,2
MÁLAGA	116.841	108.865	-7.976	-6,8
SEVILLA	155.740	145.192	-10.548	-6,8
ANDALUCÍA	638.283	590.855	-47.428	-7,4
ESPAÑA	2.550.237	2.404.606	-145.631	-5,7

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

EVOLUCIÓN PARO, JUNIO 2025 - JULIO 2025

	PARO JUNIO 2025	PARO JULIO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	44.421	43.603	-818	-1,8
CÁDIZ	111.628	108.816	-2.812	-2,5
CÓRDOBA	52.475	51.897	-578	-1,1
GRANADA	67.278	66.692	-586	-0,9
HUELVA	31.454	30.837	-617	-2,0
JAÉN	35.470	34.953	-517	-1,5
MÁLAGA	110.009	108.865	-1.144	-1,0
SEVILLA	146.155	145.192	-963	-0,7
ANDALUCÍA	598.890	590.855	-8.035	-1,3
ESPAÑA	2.405.963	2.404.606	-1.357	-0,1

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- JULIO 2025

ANDALUCIA	DICIEMBRE 2024	JULIO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	367.704	371.055	3.351	0,9
MUJERES	216.070	218.612	2.543	1,2
TOTAL	583.774	589.667	5.893	1,0

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

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2024- JULIO 2025

SECTORES ANDALUCIA	DICIEMBRE 2024	JULIO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	61.072	61.254	182	0,3
INDUSTRIA	31.386	31.307	-79	-0,3
CONSTRUCCION	59.332	61.256	1.924	3,2
COMERCIO	142.145	141.108	-1.037	-0,7
TRANSPORTES	32.343	31.668	-675	-2,1
HOSTELERIA	56.788	58.360	1.572	2,8
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.924	11.703	779	7,1
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.291	10.338	47	0,5
ACT. INMOBILIARIAS	11.800	12.301	501	4,2
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	50.412	51.912	1.499	3,0
ACT. ADMINISTRATIVAS	23.354	23.607	254	1,1
EDUCACION	16.618	16.187	-430	-2,6
ACT. SANITARIAS	24.952	25.472	520	2,1
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	13.359	13.905	545	4,1
OTROS SECTORES	38.997	39.287	290	0,7
TOTAL	583.774	589.667	5.893	1,0

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JULIO 2024 - JULIO 2025

ANDALUCIA	JULIO 2024	JULIO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	367.376	371.055	3.679	1,0
MUJERES	214.250	218.612	4.362	2,0
TOTAL	581.626	589.667	8.041	1,4

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

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, JULIO 2024 - JULIO 2025

SECTORES ANDALUCIA	JULIO 2024	JULIO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	60.401	61.254	854	1,4
INDUSTRIA	31.467	31.307	-160	-0,5
CONSTRUCCION	59.503	61.256	1.753	2,9
COMERCIO	143.482	141.108	-2.374	-1,7
TRANSPORTES	31.934	31.668	-266	-0,8
HOSTELERIA	58.361	58.360	-1	0,0
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	10.515	11.703	1.188	11,3
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.293	10.338	45	0,4
ACT. INMOBILIARIAS	11.565	12.301	736	6,4
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	49.177	51.912	2.735	5,6
ACT. ADMINISTRATIVAS	23.261	23.607	346	1,5
EDUCACION	15.255	16.187	932	6,1
ACT. SANITARIAS	24.349	25.472	1.123	4,6
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	13.527	13.905	377	2,8
OTROS SECTORES	38.536	39.287	751	1,9
TOTAL	581.626	589.667	8.041	1,4

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JUNIO 2025 - JULIO 2025

ANDALUCIA	JUNIO 2025	JULIO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	371.660	371.055	-606	-0,2
MUJERES	219.558	218.612	-946	-0,4
TOTAL	591.218	589.667	-1.551	-0,3

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

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, JUNIO 2025 - JULIO 2025

SECTORES ANDALUCIA	JUNIO 2025	JULIO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	61.221	61.254	33	0,1
INDUSTRIA	31.379	31.307	-72	-0,2
CONSTRUCCION	61.222	61.256	35	0,1
COMERCIO	141.742	141.108	-634	-0,4
TRANSPORTES	31.927	31.668	-258	-0,8
HOSTELERIA	58.213	58.360	147	0,3
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	11.641	11.703	62	0,5
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	10.309	10.338	29	0,3
ACT. INMOBILIARIAS	12.174	12.301	128	1,0
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	51.927	51.912	-15	0,0
ACT. ADMINISTRATIVAS	23.834	23.607	-227	-1,0
EDUCACION	16.824	16.187	-637	-3,8
ACT. SANITARIAS	25.464	25.472	8	0,0
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	13.869	13.905	35	0,3
OTROS SECTORES	39.473	39.287	-186	-0,5
TOTAL	591.218	589.667	-1.551	-0,3

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- JULIO 2025

ALMERIA	DICIEMBRE 2024	JULIO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	39.242	39.333	91	0,2
MUJERES	23.835	23.913	78	0,3
TOTAL	63.077	63.246	170	0,3

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

EVOLUCIÓN SECTORES ACTIVIDAD, DICIEMBRE 2024- JULIO 2025

SECTORES ALMERIA	DICIEMBRE 2024	JULIO 2025	DIFERENCIA	INCREMENTO (%)
AGRICULTURA	20.595	20.422	-173	-0,8
INDUSTRIA	2.180	2.170	-10	-0,4
CONSTRUCCION	5.307	5.418	110	2,1
COMERCIO	12.237	12.175	-62	-0,5
TRANSPORTES	2.882	2.801	-81	-2,8
HOSTELERIA	5.065	5.194	128	2,5
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	736	774	39	5,2
ACT. FINANCIERAS Y SEGUROS	796	822	26	3,3
ACT. INMOBILIARIAS	757	801	44	5,8
ACT. PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TÉCNICAS	3.604	3.674	70	1,9
ACT. ADMINISTRATIVAS	1.683	1.664	-19	-1,1
EDUCACION	1.422	1.363	-59	-4,1
ACT. SANITARIAS	1.691	1.753	62	3,7
ACT. ARTISTICAS Y ENTRETENIMIENTO	900	909	9	1,0
OTROS SECTORES	3.223	3.308	85	2,6
TOTAL	63.077	63.246	170	0,3

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

“Un proyecto de país, desde Andalucía” CEA con la Base Logística del Ejército de Tierra en Córdoba, fuerza tractora para el crecimiento del tejido empresarial



La Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) se ha sumado a la jornada “Un proyecto de país, desde Andalucía”, organizada por la Confederación de

Empresarios de Córdoba en colaboración con el ayuntamiento de la ciudad, un encuentro estratégico que ha puesto en valor la excelencia que representa la Base Logística del Ejército de Tierra en Córdoba, como iniciativa generadora

de empleo cualificado para atraer talento, siendo un área de investigación, un polo de innovación y de excelencia, un punto estratégico para atraer inversión que supone un revulsivo para el desarrollo económico de Córdoba, de Andalucía.

Luis Fernández-Palacios, secretario general de CEA, ha moderado la mesa titulada PROYECTO TECNOLÓGICO DE LA BASE LOGÍSTICA DEL EJERCITO DE TIERRA EN CÓRDOBA en la que se han dado a conocer detalles de esta miniciudad que contará con 30 edificios, con zonas verdes, lavandería, cocina, muelles, alojamientos... En la misma, se ha explicado que la Base será sostenible, con paneles fotovoltaicos, central térmica y de geotermia, incluso contará con un área de gestión de residuos.

El acto ha contado con la bienvenida institucional del presidente de CECO, Antonio Díaz Córdoba; el presidente del consejo andaluz de cámaras de comercio y vicepresidente de CEA, Javier Sánchez Rojas, y la primera teniente alcalde del ayuntamiento de Córdoba, Blanca Torrent Cruz. En la clausura, se ha contado con la intervención del presidente de CES, Miguel Rus, y con un vídeo del consejero de Universidad, investigación e innovación de la Junta de Andalucía, José Carlos Gómez Villamandos.

A lo largo de la mañana, se ha resaltado la importancia de la colaboración institucional para impul-

sar el desarrollo económico de la región. El evento se ha celebrado en el emblemático Palacio del Marqués de la Motilla de Sevilla para resaltar este proyecto transformador que ya se consolida como polo de atracción de talento, inversión y empleo. Esta infraestructura se perfila como un eje clave para el crecimiento de Andalucía, desde la logística, la tecnología y la sostenibilidad, elementos esenciales para fortalecer la competitividad de nuestras empresas.

La Confederación de Empresarios de Andalucía continúa afianzándose como canal de diálogo abierto y colaborativo, orientado a ofrecer soluciones reales y sostenibles para fortalecer el tejido empresarial andaluz y generar nuevas oportunidades de crecimiento en todos los territorios.

La cita, que se enmarca en el acuerdo suscrito entre CECO y el Ayuntamiento d Córdoba desde 2021 para la puesta en marcha de la Oficina d Atención al Inversor-OAI, ha servido para reforzar el liderazgo andaluz en los grandes retos del presente y del futuro: logística avanzada, innovación tecnológica y sostenibilidad.



El Consejo de Industria de CEA traza líneas estratégicas para el impulso del sector industrial andaluz

La Confederación de Empresarios de Andalucía ha celebrado una nueva sesión de su Consejo de Industria centrada en el análisis de los principales retos, oportunidades y estrategias para reforzar el

tejido industrial de la comunidad autónoma.

Durante el encuentro se han abordado aspectos clave como los incentivos necesarios para el crecimiento del sector y el papel de la formación especializada como palanca de competitivi-

dad. Los miembros del Consejo también han analizado la evolución del sector manufacturero andaluz, en un momento crucial para su transformación y modernización.

Uno de los puntos destacados del encuentro fue la evaluación

de los primeros resultados de la consulta sobre los obstáculos a la inversión industrial en Andalucía, una herramienta llamada a convertirse en referente para el diseño de políticas empresariales realistas y efectivas, que permitan mejorar las condiciones para atraer inversión

y fomentar el desarrollo industrial sostenible. Asimismo, se revisó el avance de las iniciativas impulsadas por la Consejería de Industria, Energía y Minas, con especial atención a la organización de la I Feria NISE, prevista para el mes de diciembre en Sevilla. Esta feria se presenta como una gran oportunidad para posicionar a Andalucía como una región industrial líder, generando conexiones estratégicas entre empresas, instituciones y agentes del sector.

Con Consejo de Industria, CEA refuerza su papel como agente de diálogo y liderazgo, comprometido con una industria fuerte, innovadora y generadora de empleo para Andalucía.

Aranceles EEUU: CEA valora que se haya evitado una guerra arancelaria pero reclama soluciones duraderas que no perjudiquen la competitividad de la industria andaluza



Javier González de Lara, presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, valora el pacto alcanzado en cuanto ha evitado una guerra arancelaria de consecuencias imprevisibles, aunque manifiesta que la cifra acordada tendrá un sobrecoste adicional importante para las empresas andaluzas estimado en 470 millones de euros. "Sería fundamental que las administraciones andaluza y nacional refuerzen su apoyo a la diversifica-

ción de destinos y a la promoción internacional de los productos andaluces para mitigar el nuevo coste arancelario", afirma el presidente de CEA.

«Diplomacia Inteligente» ha reclamado González de Lara «la empresa necesita soluciones duraderas que no perjudiquen su competitividad». En la misma línea, el presidente de la empresa andaluza ha afirmado que aplicar un arancel fijo «rompe el principio del libre comercio y perjudica la libre competencia, algo que defendemos con

profunda convicción, así como tendrá un impacto importante y negativo sobre las empresas que exportan a EEUU». Por ello, continúa reivindicando medidas que logren suavizar el impacto de los nuevos aranceles.

El presidente de CEA recuerda que "en 2024, Andalucía exportó a EEUU bienes por valor de 3.138 millones de euros, de aplicarse un arancel general del 15%, ese sobrecoste adicional para las empresas andaluzas sería de 470 millones de euros. Es una cifra importante, el pacto alcanzado mantiene aranceles relevantes para sectores claves andaluces."

CEA manifiesta que, de forma continuada, como organización integrada en CEOE a nivel nacional, viene reclamando una solución que proporcione un marco previsible de actuación para las empresas europeas, españolas y andaluzas, especialmente en una relación estratégica como la que une a la Unión Europea y a EEUU.

Carmen Gómez: “Ser empresaria implica asumir riesgos, tomar decisiones rápidas y dedicar muchas horas”



ENTREVISTA

CARMEN GÓMEZ
PRESIDENTA AMEGA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Desde febrero es usted presidenta de la Asociación de mujeres empresarias de Granada. ¿Cuál es su hoja de ruta para este mandato?

Mi compromiso desde que asumí la presidencia de AMEGA ha sido claro: visibilizar el talento femenino que ya existe en Granada y, al mismo tiempo, tejer una red de apoyo real entre mujeres empresarias y emprendedoras. Quiero que AMEGA sea un espacio útil, vivo y participativo.

Nuestra hoja de ruta se apoya en varios pilares. Primero, fomentar la formación continua: necesitamos empresarias actualizadas, con herramientas digitales, comunicativas y de gestión. Segundo, reforzar el acompañamiento en las etapas iniciales del emprendimiento, que es cuando más dudas e inseguridades surgen. Y tercero, potenciar la presencia institucional de las mujeres, que se escuchen nuestras voces

en los espacios donde se toman decisiones. Por supuesto, también trabajamos por facilitar la conciliación, ya que sabemos que muchas mujeres renuncian a sus proyectos por no poder compaginar su vida familiar con lo profesional. Esa es una realidad que no podemos seguir normalizando.

Usted trabaja en el mundo de la moda y es directora de ESADA, Escuela Superior de Arte y Diseño de Andalucía. Este es un sector, en principio, poco masculinizado. ¿Sigue siendo más fácil para las mujeres desenvolverse en estos ámbitos?

Existe la percepción de que los sectores creativos, como el diseño de moda, están dominados por mujeres, pero si miramos en detalle, sobre todo en los cargos directivos y de influencia, la balanza sigue estando desequilibrada.

En ESADA apostamos por una formación basada en la igualdad de oportunidades, donde se valore tanto el talento como el esfuerzo, sin importar el género. Sin embargo, no podemos obviar que los techos de cristal también existen en la industria creativa. En muchas

ocasiones, las mujeres están presentes en las aulas y en la producción, pero no en los espacios donde se toman decisiones.

Por eso creo que sí, las mujeres pueden encontrar un entorno algo más receptivo en estos ámbitos, pero eso no significa que el camino esté libre de obstáculos.

Desde el punto de vista de su relación con estudiantes ¿cómo diría que se plantean las mujeres más jóvenes el emprendimiento?

Trabajo cada día con jóvenes en plena formación, y lo que veo en muchas de ellas es una mezcla de ilusión y precaución. Tienen ideas innovadoras, muchas veces vinculadas a la sostenibilidad, a la cultura o a lo social. Pero también se enfrentan a miedos bastante racionales: el miedo a fracasar, a no contar con financiación, a no tener una red que las apoye, o a no poder compatibilizar su vida personal con un proyecto empresarial.

A menudo falta confianza, no por falta de capacidad, sino por falta de referentes. Por eso es tan importante que desde la educación fomentemos el emprendimiento desde una perspectiva realista y con acompañamiento. En ESADA intentamos que el alumnado tenga herramientas prácticas, que aprenda a crear marca, a comunicar su proyecto, a manejar presupuestos, a enfrentarse a inversores o clientes.

Pero también tratamos de transmitir algo esencial: que emprender no es solo crear una empresa, es una actitud vital, una forma de tomar las riendas de tu camino.

En Granada, ¿cómo definiría el ecosistema empresarial femenino actualmente?

Diría que es un ecosistema en crecimiento, dinámico, pero que aún necesita consolidarse. En Granada hay muchísimo talento femenino, en todos los sectores: desde la agroindustria a las nuevas tecnologías, pasando por la hostelería, el arte o la educación.

Lo que todavía falta es más visibilidad y más apoyo institucional. Muchas mujeres están emprendiendo en solitario, sin acceso a redes de contacto o financiación, y eso limita el alcance de sus iniciativas.

Afortunadamente, estamos viendo un cambio. Cada vez hay más espacios de encuentro, asociaciones como AMEGA, iniciativas de mentorización, formación específica... Las mujeres están cada vez más presentes en eventos empresariales, en foros, en congresos. Pero todavía tenemos que empujar para que este ecosistema crezca de forma equitativa y sostenible.

A nivel personal, ¿cómo ha sido su proceso como empresaria?

Ha sido un camino lleno de aprendizajes y también de pausas. Mi formación de base es técnica: soy Arquitecta Técnica e Ingeniera de Edificación. Comencé mi andadura empresarial en 2013, dando forma a un proyecto que nació en un pequeño local, con toda la ilusión y el esfuerzo de un equipo reducido pero comprometido. Cuatro años después, y tras consolidar nuestros primeros pasos, dimos un salto decisivo: nos embarcamos en la compra de un edificio propio con el objetivo de ampliar y diversificar la oferta de los grados oficiales en diseño. Esta apuesta supuso no solo un reto económico y organizativo, sino también una reafirmación de nuestra visión a largo plazo. Lo que empezó con 20 alumnos llenos de entusiasmo se ha convertido, hoy en día, en una comunidad académica de casi 300 estudiantes, respaldada por un equipo docente y profesional que sigue creciendo y renovándose para responder a las demandas de un sector en constante evolución.

Tras convertirme en madre, tuve que hacer una pausa en este crecimiento para adaptarme a mis nuevas circunstancias, dejando temporalmente ciertos retos. Con el tiempo, he retomado mi vocación emprendedora desde una perspectiva distinta. La madurez me ha dado herramientas para liderar desde la empatía, organizarme mejor y confiar más en mi intuición. Ahora me siento en un punto de equilibrio: con más experiencia, visión estratégica y claridad sobre lo que quiero y lo que no.

¿Cree que sigue siendo difícil para las mujeres decidirse a ser empresaria? ¿A cuántas cosas ha tenido que renunciar usted?

Sí, sigue siendo difícil, especialmente cuando las mujeres deciden estar en la mayor parte de las responsabilidades familiares. Ser empresaria implica asumir riesgos, tomar decisiones rápidas y dedicar muchas horas, y cuando no existe una red de apoyo o políticas reales de conciliación, esa carga se multiplica.

Cuando nacieron mis hijos, supuso reordenar completamente mis prioridades. En ese momento, decidí frenar determinados proyectos, rechazar formaciones o viajes como los programas Erasmus, y optar por un ritmo que me permitiera estar presente mientras eran pequeños.

He tenido que renunciar a muchas cosas, sí. Pero también he aprendido muchísimo: a gestionar mejor mi tiempo, a tomar decisiones con mayor conciencia y a liderar desde la empatía. Esa experiencia me ha convertido en una empresaria más humana, más real. Y por eso estoy convencida de que debemos construir un modelo de emprendimiento más flexible, más compatible con la vida personal, donde la conciliación no sea un obstáculo sino una condición posible.



El verano de los autónomos

Agosto cierra por vacaciones. La temporada estival alcanza su punto álgido con el octavo mes de vacaciones, dejando las ciudades desangeladas y playas y chiringuitos a rebosar.

Sin embargo, no todos tienen en mente la imagen idílica del verano con caña y camarones en mano alejados de las preocupaciones de la vida real. Nada más lejos de esa utopía, muchos siquiera podrán tomarse un respiro. Se estima, por ejemplo, que uno de cada tres autónomos de España no tendrá vacaciones este año. Ni playa, ni chiringuito, porque no llega.

Seguimos teniendo en la mente la imagen del empresario más parecido al tío Gilito, con montañas de oro. Sin embargo, la inmensa mayoría de autónomos y empresarios

no se corresponden con esa fotografía. Ya lo dicen los informes, a muchos, no les alcanza ni para un breve descanso. Pero no solo eso, muchos de los que sí disponen del tiempo para hacer un breve paréntesis, pasarán las vacaciones mirando con agonía una cuenta bancaria que no deja de bajar, con cientos de pagos que realizar, porque las nóminas y las obligaciones no cogen vacaciones.

La otra parte del mes tratarán de cobrar las facturas pendientes, porque sí, este receso sí sirve de excusa para el retraso de numerosas facturas, especialmente cuando la administración es quien debe pagar. Así pues, los autónomos y pequeños empresarios dedicarán horas a llamar a la intervención y tesorería de numerosas instituciones y empresas para que el dinero que les corresponde sea ingresado. Si el funcionario que se encarga de tu factura

es uno de los afortunados con vacaciones de verano, nada que hacer hasta septiembre, u octubre incluso. Díganme ustedes qué verano y qué descanso es ese.

Se ilustra así la congoja por la que transitan aquellos que deciden trabajar por cuenta propia, que crean empleo y riqueza y que nada tiene que ver con esas imágenes ficticias que nos invitan a imaginar. Quizá, un poco de didáctica cambiaría mucho la visión de la sociedad. Conviene recordar, además, según hemos sabido recientemente, que los autónomos ya tienen que dedicar más de la mitad del año y un 54% de los ingresos de su negocio sólo para pagar impuestos y cotizaciones en 2025. Mitad de año se trabaja para pagar.

La otra mitad del año se clama al cielo para que ninguna crisis o contratiempo toque nuestra puerta y haya que cerrar persianas.

Verano no es sinónimo de descanso, no para todos.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

Conciliar o emprender: ¿por qué seguimos eligiendo?

OPINIÓN

DANIEL FERNÁNDEZ
SECRETARIO DE
INNOVACIÓN DE
AJE ANDALUCÍA

in Daniel Fernández Fajardo

Emprender o formar una familia. En pleno 2025, es una elección que no deberíamos tener que tomar, pero demasiados jóvenes empresarios se siguen enfrentando a ella cada día.

Y es que los datos hablan claro: según el INE, la edad media en la que somos padres por primera vez en España se sitúa en los 34 años. Mientras que el *Mapa del Emprendimiento 2024* (South Summit & IE University) indica que la mayoría de los emprendedores dan el salto a los 38 años. Es decir, emprendemos justo cuando estamos formando nuestra familia. Cuando más necesitamos foco, energía y estabilidad, tanto profesional como personal.

Además, la conciliación no es un tema estacional, pero es en verano cuando se convierte en un auténtico reto. Si estás al frente

de tu propio negocio, sabrás lo difícil que es desconectar: no porque no quieras, sino porque simplemente no puedes. Tus hijos están de vacaciones; tu negocio, no. Y esa doble exigencia pesa.

La innovación pendiente

Eric Ries, autor de *The Lean Startup*, afirma que toda organización que quiera innovar debe destinar recursos y equipos con dedicación exclusiva. Esa es la única forma de obtener resultados. Pero, ¿cómo trasladamos esta lógica al ámbito personal de un emprendedor que está construyendo simultáneamente un negocio y una familia? La respuesta es simple: innovando también en conciliación.

Porque, aunque hablamos mucho de innovación tecnológica, organizativa o financiera, lo cierto es que la conciliación sigue siendo uno de los grandes cuellos de botella del ecosistema emprendedor. No es solo una barrera personal: es un freno sistémico al talento, la productividad y el crecimiento económico.

Esta realidad hace que muchos empresarios renuncien a su baja por paternidad. No debemos olvidar que en un pequeño negocio, es el emprendedor autónomo el único que tiene acceso a las cuentas del banco o quien habla con la gestoría. Y ahora bien, ¿pueden estar los proveedores o empleados seis semanas sin cobrar?

Es por esto que cada año, cientos de ideas de negocio no llegan a ver la luz porque sus impulsores optan, comprensiblemente, por priorizar su vida personal. Lo urgente aplasta lo importante. Y lo importante, muchas veces, es criar, cuidar y estar presentes.

Propuestas concretas desde AJE Andalucía

Desde AJE Andalucía creemos que este problema tiene solución, si se aborda con responsabilidad y realismo. No pedimos privilegios: pedimos equiparación de derechos y medidas adaptadas al modelo productivo real.

Estas son algunas de nuestras propuestas:

- **Bajas por paternidad o maternidad flexibles**, que puedan disfrutarse a tiempo parcial desde el primer día, sin perder derechos ni protección económica.

- **Reducciones proporcionales en la cuota de autónomos** para quienes reduzcan jornada por cuidados, para que no paguen lo mismo trabajando menos.

- **Bonificaciones claras para contratos de sustitución**, que faciliten delegar sin miedo, y generen empleo de calidad en el ecosistema local.

- **Reconocimiento y apoyo específico a las familias numerosas** dentro del colectivo de autónomos, con incentivos ajustados a su realidad.

- **Permiso de lactancia para autónomos**, igual al de cualquier trabajador por cuenta ajena, con las adaptaciones necesarias.

Son medidas factibles, alineadas con lo que ya se ofrece en otros segmentos del mercado laboral. Solo falta la voluntad política de incorporarlas y el compromiso del ecosistema para exigir las con firmeza.

Conciliar no puede ser un lujo

No podemos seguir aceptando que ser autónomo implique renunciar al derecho a cuidar. Porque quien emprende también



tiene hijos, parejas, padres mayores y dependientes... El emprendedor también necesita tiempo, salud y equilibrio.

La conciliación no puede depender de si cobras por nómina o por factura. Debe ser accesible para todos, independientemente del régimen o sector en el que se trabaje.

Por eso, desde AJE Andalucía seguiremos proponiendo, dialogando y presionando para que la innovación en conciliación deje de ser una utopía y pase a ser una realidad. Porque ser tu propio jefe no puede significar ser tu peor empleado. Y porque, en un país que quiere crecer y atraer talento, cuidar a quienes emprenden debe dejar de ser la excepción.

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

nº43 | Depósito Legal: SE 321-2022

Imprime: BERMONT

Bienestar, autenticidad y autocuidado: el modelo andaluz que marca tendencia

OPINIÓN

ESTHER

PAREJO AMAT

CONSULTORA ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN, VISIBILIDAD Y AUTORIDAD DE MARCA PERSONAL

 Esther Parejo Amat

► En el nuevo paradigma del bienestar, Andalucía está demostrando que la innovación no está reñida con las raíces. Firms autónomas del sector de la belleza, la salud y el autocuidado están marcando tendencia con propuestas que combinan autenticidad, visión estratégica y conexión emocional con sus comunidades. Desde la cosmética natural y consciente hasta la medicina integrativa, el sur se consolida como referente de un modelo más humano, transversal y sostenible

En los últimos años, el sector de la belleza, la salud y el bienestar ha dejado de ser una simple industria de servicios para convertirse en una de las palancas económicas más dinámicas, sofisticadas y emocionalmente conectadas con los hábitos de consumo actuales. Andalucía, lejos de ser solo una tierra de tradición y buena calidad de vida, está ejerciendo un liderazgo silencioso pero firme en esta transformación, gracias a un conjunto de marcas y profesionales que han sabido fusionar innovación, autenticidad y propósito.

Los datos avalan esta afirmación. En 2024, el sector del cuidado personal y bienestar en España superó los 11.200 millones de euros, con un gasto medio por persona de 221,60 €, y un crecimiento anual del 7,7 %. Andalucía, por su parte, duplicó sus exportaciones de productos cosméticos en el primer cua-



trimestre del último año registrado (2022), alcanzando los 25,9 millones de euros. Este auge no solo responde al incremento del consumo, sino al cambio de mentalidad: ya no se trata solo de estética, sino de una visión más holística del bienestar.

En este contexto emergen empresas andaluzas que están marcando la diferencia. AOKlabs, por ejemplo, ha introducido en nuestro país la cosmética natural africana con una filosofía que conecta cuidado de la piel, belleza, sostenibilidad y empoderamiento femenino. No solo importan principios activos 100% naturales: exportan valores. Su presencia en las ferias sectoriales más

prestigiosas del sector farmacéutico, su activa presencia en redes sociales, en la que cuentan con una comunidad consolidada y fiel, así como el creciente interés de los medios de comunicación especializados, en su historia, trayectoria y productos, les ha posicionado como una de las firmas más innovadoras del sur de Europa.

Celia Díaz Micropigmentación, desde Sevilla, ha revolucionado el sector de la micropigmentación con un enfoque basado en la excelencia y la investigación. Su última técnica Lashtyliner, lanzada a nivel internacional, redefine la micropigmentación de ojos con resultados naturales y personalizados, y

pone de manifiesto cómo la belleza técnica también puede ser arte. Lo más relevante es que Celia lidera una comunidad educativa que forma a profesionales en todo el mundo, generando empleo, reputación y autoridad desde el talento andaluz.

Por su parte, Clínica Golden ha apostado por un enfoque emocional en el campo de la medicina estética. No se trata solo de intervenir, sino de acompañar: escuchar, comprender y construir procesos de transformación estética que no alimenten complejos, sino que potencien autoestima. Este modelo más humano y ético responde a una necesidad cada vez más demandada por el público: sentirse bien va mucho más allá de “verse bien”.

Otro caso a destacar es el del Centro Metódica, referente en medicina de estilo de vida. Su equipo multidisciplinar aborda la salud desde una visión integradora: nutrición, descanso, gestión emocional, ejercicio y longevidad. Con una propuesta basada en evidencia científica y acompañamiento personalizado, representan un modelo de salud proactiva que está marcando tendencia dentro y fuera de Andalucía.

Finalmente, en Sukha Co. Experiencias 360 han entendido que el bienestar también genera una transformación cultural y sensorial. A través de retiros, talleres y encuentros enfocados en el autocuidado consciente, han creado una comunidad en torno al bienestar como práctica de vida. Esta visión holística, tan alineada con las nuevas demandas sociales, les ha permitido posicionarse en un nicho de mercado en expansión.

Estos ejemplos no son casos aislados. Son la punta visible de un ecosistema creativo y empresarial que ha sabido adaptarse al lenguaje digital, a las nuevas narrativas y a la construcción de marcas con alma. Todas estas iniciativas comparten algo fundamental: una marca personal o corporativa con propósito, diferenciación y una estrategia de comunicación alineada a su identidad.

Porque en un sector donde la imagen importa, lo que realmente marca la diferencia es el relato. Aquellas marcas que no solo “venden servicios”, sino que cuentan historias coherentes, relevantes y transformadoras, son las que logran construir comunidad, fidelidad y autoridad en un entorno cada vez más saturado.

Desde la perspectiva de la comunicación estratégica, el auge de estas marcas andaluzas demuestra cómo visibilidad, reputación y autoridad no son conceptos exclusivos de las grandes capitales. Se construyen desde lo local, con autenticidad, excelencia profesional y una narrativa sólida. Es aquí donde la marca personal de sus fundadoras y fundadores juega un papel clave: proyecta confianza, humaniza la propuesta y fortalece el vínculo con el cliente.

Estamos asistiendo a una redefinición del bienestar como sector económico: más consciente, más transversal, más humano. Y Andalucía no solo forma parte de esta ola, sino que está contribuyendo activamente a moldearla. Desde la cosmética hasta la medicina integrativa, desde el autocuidado hasta la innovación estética, el sur está liderando una transformación profunda que conecta tradición, digitalización y visión de futuro.

En definitiva, la belleza y la salud ya no se entienden como nichos paralelos, sino como una expresión integral del bienestar. Y en ese nuevo paradigma, las marcas andaluzas tienen mucho que decir y, sobre todo, mucho que inspirar.

OPINIÓN

ALONSO GÓMEZ

ASESOR FISCAL.
FUNDADOR DE GÓMEZ
ANTOLÍN ASESORES

Seguramente en alguna ocasión se haya preguntado qué ocurre si Hacienda le envía una carta certificada a su domicilio y, coincidiendo con la época del año, usted se encuentra fuera de su ciudad disfrutando de unas merecidas vacaciones.

Y es que agosto es, por antonomasia, el mes del descanso en nuestro país. Tradicionalmente ha sido el momento en el que decidimos hacer un paréntesis en el trabajo y tomar aire para encarar el resto del año. Además, coincide con una de las épocas más calurosas, algo que en Andalucía conocemos muy bien.

En primer lugar, debemos tener claro si estamos obligados o no a recibir notificaciones telemáticas. Este aspecto lo regula el artículo 14.1 de la Ley de Procedimiento Administrativo Común, que establece lo siguiente:

“Las personas físicas podrán elegir en todo momento si se comunican con las Administraciones Públicas para el ejercicio de sus derechos y obligaciones a través de medios electrónicos o no, salvo que estén obligadas a relacionarse a través de medios electrónicos con las Administraciones Públicas.”

Es importante señalar que esta decisión puede modificarse en cualquier momento.

Ahora bien, ¿quiénes están obligados a relacionarse electrónicamente con la Administración? Esto lo aclara el artículo 14.2 de la misma ley:

- a) Las personas jurídicas
- b) Las entidades sin personalidad jurídica.
- c) Quienes ejerzan una actividad profesional para la que se requiera colegiación obligatoria, en relación con los trámites y actuaciones que realicen con las Administraciones Públicas en ejercicio de dicha actividad profesional.
- d) Quienes representen a un interesado que esté obligado a relacionarse electrónicamente con la Administración.
- e) Los empleados de las Administraciones Públicas, para los trámites y actuaciones que realicen con ellas por razón de su condición de empleado público.

Por tanto, si no te encuentras en ninguno de los supuestos anteriores, puedes optar por recibir las notificaciones en papel o por vía electrónica.

En esta ocasión, me centraré en el caso de las personas físicas que no están obligadas a recibir notificaciones electrónicas. Y es que, si estás obligado a utilizar medios electrónicos, puedes estar de vacaciones y aun así consultar fácilmente si has recibido alguna notificación a través de un dispositivo móvil o un ordenador.

Tal y como adelantaba al inicio del artículo, agosto suele ser un mes problemático de cara a la recepción de notificaciones en el



¿Y si Hacienda te notifica en vacaciones?

domicilio debido a que hay una alta probabilidad de que se esté fuera de él disfrutando de unas merecidas vacaciones.

Es importante recalcar que agosto no es inhábil para la Agencia Tributaria, por lo tanto, los plazos siguen corriendo con normalidad.

FORMAS DE RECEPCIÓN

En primer lugar, debemos tener claro cuál será el lugar exacto al que llegarán las notificaciones. Para ello, es fundamental entender lo que establece el artículo 110 de la Ley General Tributaria (LGT).

El artículo 110.1 señala que, si la notificación proviene de un procedimiento iniciado por el propio contribuyente, esta se realizará en el lugar que haya indicado expresamente. En caso de no haber señalado ninguno, se practicará en su domicilio fiscal.

Esto hace que sea muy importante siempre tener todos los datos personales actualizados, para evitar cualquier tipo de problemática.

Por su parte, el artículo 110.2 establece que, en los procedimientos iniciados de oficio por la Administración, la notificación

podrá realizarse en el domicilio fiscal del contribuyente, en su centro de trabajo o en el lugar donde desarrolle su actividad económica.

Una vez determinado el lugar de recepción de la notificación, también debemos saber quién puede recogerla.

Si la notificación se realiza en el domicilio fiscal y en ese momento el contribuyente no se encuentra presente, podrá hacerse cargo de ella cualquier persona mayor de 14 años que se encuentre en el domicilio y que acredite su identidad.

En caso de que no haya nadie en el domicilio, se deberá realizar un segundo intento de entrega dentro de los tres días siguientes.

Eso sí, atención a un detalle importante:

- Si el primer intento se realiza antes de las 15:00, el segundo deberá efectuarse después de esa hora.
- Si el primer intento es posterior a las 15:00, el segundo deberá hacerse antes de esa hora.

En todo caso, debe transcurrir un mínimo de tres horas entre ambos intentos.

Si ambos intentos resultan fallidos, la notificación se entenderá realizada mediante anuncio público en el Boletín Oficial del Estado (BOE).

COMO PROTEGERSE SI ESTÁS FUERA DE TU DOMICILIO

Existen dos formas mediante las cuales un contribuyente que recibe notificaciones en papel puede “protegerse” ante la posibilidad de que se intente notificar y no pueda atenderse.

Una de ellas es darse de alta en el sistema de notificaciones electrónicas, lo que permite consultar el buzón digital desde cualquier dispositivo y mantenerse al día.

El hecho de estar dado de alta en este sistema, ofrece un servicio muy útil, y es que existen los llamados “días de cortesía”. Por lo que el contribuyente tiene 30 días naturales al año en los que la Agencia Tributaria no podrá enviarte notificaciones.

Pero ojo, para poder disfrutar de esto habrá que solicitar dichos días con al menos 7 días de antelación respecto al primer día de cortesía. Esto permitirá una desconexión total durante los días elegidos.

La otra opción es delegar esta tarea en un representante legal, lo que permite despreocuparse por completo, ya que será este quien se encargue de gestionar cualquier comunicación con la Administración Pública.

En definitiva, el hecho de estar de vacaciones no nos libra de recibir una notificación por parte de la Administración. Por ello, contar con los medios adecuados para evitar que una comunicación inesperada nos arruine el descanso será clave para que las vacaciones cumplan su verdadero propósito: desconectar y recargar energías para el resto del año.

Tu salud no es una tendencia



OPINIÓN

MONTSERRAT

GODOY

CEO DE MG TALENT.

CONSULTORÍA

DE EMPRESAS

AGROALIMENTARIAS

 Montse Godoy

 @montserratgodoy



Las llamadas “dietas milagro” se reinventan cada año: keto extrema, ayuno intermitente sin control, dietas de un solo alimento, batidos sustitutos o planes de pérdida de peso en tiempo récord. Aunque algunas pueden tener una base nutricional válida en ciertos contextos y bajo supervisión profesional, lo cierto es que la mayoría de estas prácticas, cuando se llevan al extremo o se siguen sin orientación, pueden generar carencias nutricionales, desequilibrios hormonales, efecto rebote e incluso problemas psicológicos.

Lo más preocupante es que muchas de estas modas son promovidas por influencers sin formación en nutrición ni salud. A menudo muestran cambios físicos llamativos que no se corresponden con una realidad sostenible ni saludable. Lo que no cuentan son los efectos secundarios, las restricciones extremas, el agotamiento o las alteraciones metabólicas que pueden arrastrar consigo.

La belleza real empieza con la salud: una piel luminosa, un cabello fuerte o una buena postura son reflejo de un cuerpo cuidado desde dentro. Sin embargo, la cultura de la imagen instantánea ha creado una presión estética difícil de sostener. Filtros que cambian el rostro, aplicaciones que estilizan la figura y expectativas irreales generan frustración y disconformidad con nuestro cuerpo.

El cuidado personal no debe basarse en ocultar imperfecciones, sino en aceptar nuestra imagen como parte de nuestra identidad. Una piel sana se consigue con hidratación, una buena alimentación rica en antioxidantes y una rutina de descanso. No necesitas una “piel de filtro”, necesitas una piel cuidada, protegida del sol y alimentada desde dentro.



Mucho se habla ahora del colágeno en polvo, del agua con limón en ayunas, de la clorofila líquida o de los jugos prensados en frío. Si bien algunos de estos elementos pueden formar parte de una alimentación saludable, no son soluciones mágicas ni sustituyen una dieta equilibrada. El verdadero autocuidado es menos espectacular y más constante: planificar tus comidas, comer variado, incluir fruta y verdura cada día, moverte regularmente, descansar bien y cuidar tu salud mental.

Por ejemplo, caminar 30 minutos al día, dormir 7-8 horas y reducir el consumo de ultraprocesados no genera tantos likes, pero tiene un impacto real y profundo en tu bienestar.

Otro gran problema de las modas virales es la asociación del cuidado con el sacrificio extremo. Frases como “no pain, no gain” o

“hay que sufrir para estar bien” fomentan una visión poco amable del autocuidado. Comer bien no debería ser una penitencia, sino un acto de amor propio, hacia nuestra mente y cuerpo. Hacer ejercicio no debe ser un castigo, sino una manera de conectar con nuestro cuerpo.

La clave está en encontrar un equilibrio sostenible. Disfrutar de una alimentación rica en sabor y nutrientes, mantener una rutina activa adaptada a nuestras posibilidades y escuchar las necesidades reales de nuestro cuerpo. En nuestra dieta mediterránea tenemos la mejor pirámide nutricional de aporte y equilibrio en nutrición

En este entorno saturado de información contradictoria, el papel de los profesionales de la nutrición, la medicina, la psicología y la actividad física es más importante que nunca. Consultar fuentes fiables, pedir orientación cuando se inicia un cambio de hábitos y no dejarse llevar por consejos generalizados son pasos fundamentales para proteger nuestra salud. Eres si o si, el rey y la reina de tu vida, sin tener que hacer la dieta de las Princesas.

Es responsabilidad de todos fomentar un discurso realista y honesto sobre el bienestar. Las redes pueden ser aliadas si se utilizan con criterio, pero no deberían ser nuestra fuente principal de salud.

A largo plazo, lo que da resultados duraderos no son las modas, sino los hábitos. Comer de forma consciente, moverse con regularidad, priorizar el descanso, hidratarse adecuadamente y gestionar el estrés son pilares que ningún batido ni reto viral puede sustituir.

La salud y la belleza verdadera se construyen desde dentro, con respeto, paciencia y compromiso. No necesitan filtros, ni promesas vacías, ni estándares imposibles. Solo necesitan que dejemos de mirar fuera y empecemos a escucharnos más por dentro.

Porque tu cuerpo es tu casa. Y tu salud, tu activo más valioso.

Vivimos en la era de la inmediatez, de los “antes y después” en redes sociales y de las soluciones exprés para todo, también para la salud y la belleza. Cada día aparecen en Instagram, TikTok o YouTube nuevas fórmulas que prometen una piel perfecta, una silueta de ensueño o una energía inagotable. Se viralizan dietas milagrosas, retos detox o suplementos que supuestamente lo curan todo. Pero detrás de esas promesas hay más marketing que evidencia, y más riesgos que beneficios.

Porque la salud no es una tendencia, y cuidarse no es un reto de 21 días, sino un compromiso de por vida.

OPINIÓN

**ALBERTO FUENTES
FERNÁNDEZ**
ECONOMISTA Y FINANCIERO

 Alberto Fuentes-Fernández
 @AlbertoFFdez

En verano, algo no nuevo pero sí para reflexionar: empresa y universidad, ¿lejos o cerca una de otra?

Julio es tiempo de defensas de TFM, y Agosto previo al inicio del nuevo curso académico y profesional, sí, también profesional porque septiembre que todo lo relanza, pero mientras un poco de reflexión pies en arena o en montaña.

Como digo, también lo es de observación o reflexión, de hacer balance más allá de lo académico y mirar con cierta distancia crítica algunas inercias del sistema. No hace más de un mes, como tutor de un trabajo de fin de máster universitario en el ámbito de empresa, he vivido una experiencia que me impulsa a escribir estas líneas.

El tribunal encargado de evaluar el trabajo —formado por dos profesores de carrera, excelentes en lo académico— se enfrentaba a un trabajo diseñado con y para el mundo real de la empresa. Un trabajo aplicado, con datos reales (o supuestos, a nivel de la formación del alumno), con decisiones reales, con clientes reales. Y, sin embargo, sentí una distancia. Una falta de código común. Como si habláramos lenguajes distintos.

No es una crítica personal, no lo es, sino estructural. Hay una brecha —no nueva, pero tampoco cerrada— entre universidad y empresa. Y aunque se han dado pasos en las últimas décadas, la experiencia me sigue diciendo que esa distancia se nota, especialmente cuando el mundo real entra por la puerta del aula.

En teoría, la universidad busca formar profesionales preparados para los retos del mercado. Las escuelas de negocio, los másteres y los programas executive deberían ser ese punto de encuentro natural entre la teoría y la práctica, entre el conocimiento y su aplicación. Sin embargo, demasiadas veces se construyen muros donde deberían tenderse puentes.

No es que la universidad no quiera acercarse a la empresa. Es que, muchas veces, no sabe cómo. La carrera académica premia la

publicación científica en revistas de impacto, no tanto el impacto real en una organización. Valora el rigor metodológico, pero no siempre la utilidad estratégica. La empresa, por su parte, mira con escepticismo a una universidad que a veces le parece lenta, burocrática o desconectada. Y en medio de este desencuentro están los alumnos. Profesionales que esperan respuestas prácticas, aplicables, de valor directo. Que no quieren solo saber “cómo debería ser”, sino “cómo se hace realmente”.

Esta situación vivida que os cuento como tutor de TFM ante el tribunal de defensa de éste, es un reflejo perfecto de esta brecha, la he sentido. Un tribunal que valora desde la lógica académica un trabajo cuyo valor reside en su aplicabilidad empresarial. ¿Es justo? ¿Es adecuado? ¿Estamos usando las herramientas correctas para evaluar lo que de verdad queremos fomentar? Porque si el objetivo de un TFM es demostrar la capacidad de aplicar el conocimiento a un contexto real, ¿no deberíamos incorporar más voces de la empresa en esa evaluación? ¿No deberíamos valorar de forma diferente los trabajos con datos reales, problemas reales y soluciones reales? Aunque no sean cuantitativos, sino cualitativos.

La universidad necesita abrirse más a los perfiles híbridos. A profesionales que hayan vivido (y vivimos) con un pie en la empresa y otro en las aulas. Y que, precisamente por esa posición intermedia, podemos hacer de traductores, de mediadores, de puentes. No como excepción, sino como modelo.

No propongo nada utópico. Propongo prácticas que ya existen en algunos contextos, pero que deberían extenderse con naturalidad: tribunales mixtos con presencia de profesionales de empresa, valoración diferenciada según el tipo de TFM (teórico vs. aplicado), incentivos a docentes que colaboraran activamente con el sector privado, programas de formación para profesores que desearan acercarse al mundo empresarial (porque sí,



también hay miedo o desconocimiento), y un mayor reconocimiento institucional a las aportaciones que no solo publican, sino que también transforman.

La universidad debe seguir siendo un faro del conocimiento, pero también una brújula para la acción. Y eso no se consigue encerrándose, sino abriéndose. No se trata de elegir entre teoría y práctica, sino de integrarlas. Porque solo así formaremos profesionales completos, con pensamiento crítico y capacidad resolutoria.

Agosto invita a pensar. A veces, con la calma del aula vacía y el eco de lo vivido

durante el curso, uno se permite hacerse preguntas que en el vértigo del día a día se aparcen. Hoy me hago una muy clara: ¿qué pasaría si la empresa y la universidad se acercaran de verdad, sin reservas, sin desconfianzas? ¿Y si dejáramos de pensar en ellas como mundos paralelos y empezáramos a tratarlas como partes de un mismo ecosistema?

Ojalá en las próximas defensas no sienta esa distancia. Ojalá no solo formemos alumnos, sino también conexiones reales entre dos mundos que, si se lo proponen, pueden (y deben) estar mucho más cerca.

 iSolar. Pásate al **AUTOCONSUMO**

Ofrecemos la mejor relación calidad precio



info@isolarenergia.es 633 652 640

La IA también lleva bata blanca



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

 @amjaureguir

La esencia de la ingeniería es mejorar la vida de las personas, hacerla más fácil, más cómoda, más segura y, también, más saludable.

A muchos, quizás, pueda sorprenderles esta afirmación, pero es rotundamente cierto. La evolución del sector sanitario está pasando por su digitalización y creo, rotundamente, que la irrupción de la Inteligencia Artificial va a marcar un antes y un después en este desarrollo.

Por supuesto, el trato con el paciente, la vertiente humana y la honestidad sobre la que se vertebra la medicina no debe desaparecer jamás. Somos personas y queremos que nos atiendan, nos escuchen y nos cuiden otros seres humanos. Pero la tecnología está ayudando a ofrecer certeza, inmediatez y amplia capacidad de innovación a los profesionales del ámbito sanitario.

Gracias a su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos, detectar patrones y aprender de ellos, la IA se ha convertido en una herramienta esencial para afrontar los desafíos de la salud. Un claro ejemplo de ello es el uso de algoritmos de IA en el diagnóstico precoz de enfermedades.

Según la Sociedad Andaluza de Oncología Médica, solo en nuestra región se diagnostican alrededor de 6.000 nuevos casos de cáncer de mama anualmente. La clave para que la mayoría de las mujeres diagnosticadas, aproximadamente el 80%, logren superar la enfermedad y mejorar su calidad de vida está en la detección temprana, y a ello puede ayudar la IA. En hospitales de todo el mundo, muchos de ellos en nuestra región, emplean sistemas de aprendizaje automático para detectar cáncer de mama en mamografías con una precisión superior a la de los radiólogos humanos. Estos sistemas analizan imágenes en segundos, ayudando a identificar lesiones que podrían pasar desapercibidas, lo que permite un tratamiento más temprano y efectivo.

Tenemos casos cercanos, el Hospital Universitario Virgen del Rocío de Sevilla y la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Sevilla, han logrado acortar los tratamientos a los que se someten los pacientes de esta terrible enfermedad. Gracias a su innovador estudio de minería de datos, han demostrado que cinco sesiones de tratamiento de radioterapia en axila y lecho quirúrgico obtienen los mismos beneficios de supervivencia, con-

trol tumoral y toxicidad que los 15 aceptados hasta ahora por la comunidad científica.

Debemos tener en cuenta otro matiz, la IA está ya detectando antiviricos 10 veces más rápido de lo que se hacía hasta ahora y, es importante también destacarlo, con una inversión económica notablemente menor. Investigadores españoles han formado parte del desarrollo de un modelo automático de aprendizaje realizado por la Universidad de Pensilvania capaz de identificar un tratamiento para el enterovirus EV-71. Quizás a muchos os suene raro este nombre, porque en nuestro país es conocido como el síndrome boca-mano-pie, una enfermedad muy frecuente en niños que provoca fiebre, llagas y sarpullidos, que puede ocasionar complicaciones neurológicas graves y para la que no existía tratamiento.

Si nos remontamos unos años, y continuando con los virus, durante la pandemia de COVID-19, modelos de IA ayudaron a predecir la propagación del virus y a gestionar la distribución de recursos sanitarios. En Andalucía, se han desarrollado sistemas que analizan datos en tiempo real para anticipar picos de contagio y planificar mejor las campañas de vacunación y atención hospitalaria.

Pero volvamos a Sevilla, el Hospital Universitario Virgen Macarena es uno de los pocos centros en el mundo que ha implantado con éxito la asistencia en remoto de ingenieros para el diagnóstico y tratamiento de arritmias. Se trata de un asesoramiento a distancia y en tiempo real que realizan ingenieros especialistas en electrofisiología a los pacientes con arritmias y mediante un navegador cardíaco. Esta medida garantiza mayor seguridad y mejores resultados en la atención a estos enfermos.

La apuesta de nuestra región por la innovación tecnológica aplicada al ámbito sanitario es contundente. Andalucía está presente en la Red Internacional de Inteligencia Artificial en Ciencias de la Salud (AI-LIFE),

una estructura orientada a la formación y a la investigación. Además, la Consejería de Salud y Consumo de la Junta de Andalucía ha desarrollado la Plataforma de Medicina Computacional de Andalucía, una iniciativa que depende de la Fundación Progreso y Salud, y que impulsa el 'big data' biomédico en áreas como la genómica, la imagen médica y la información clínica, logrando hacer más sostenible el sistema sanitario. De momento, han presentado un estudio sobre la necesidad de contar con modelos abiertos en inteligencia artificial y datos de salud para acabar con las desigualdades en la prestación de servicios de sanitarios.

Es obvio que todas estas iniciativas tomarán impulso a partir del próximo mes de noviembre cuando abra sus puertas en Granada el centro de Inteligencia Artificial de Andalucía. Un proyecto de 3,5 millones de euros que, antes de inaugurarse, ya cuenta con 65 casos de IA que gestionan, todos los promovidos por el gobierno autonómico.

Dejando a un lado el sector público, el tejido empresarial andaluz también están siendo pionero en la aplicación de la IA al ámbito sanitario. Empresas como Bioiberica, con sede en Sevilla, ejemplifican cómo la innovación en biotecnología y la ingeniería industrial permiten desarrollar productos farmacéuticos y suplementos alimenticios que contribuyen a la recuperación y el bienestar de los pacientes. La implementación de procesos automatizados y sistemas de control de calidad avanzados ha permitido a Bioiberica optimizar su producción, garantizando la eficacia y seguridad de sus productos, además de reducir costes y tiempos de fabricación.

También en Sevilla tiene sede Sapia Medical Imaging, una compañía que desarrolla soluciones de inteligencia artificial para mejorar la interpretación de imágenes médicas, como radiografías, resonancias y tomografías. Sus algoritmos ayudan a detectar patologías con mayor precisión y rapidez, facilitando diagnósticos tempranos y mejorando la atención al paciente.

Por su parte, la startup sevillana Inbio-med trabaja en el desarrollo de soluciones de IA para el análisis de datos genéticos y biomarcadores, con el objetivo de personalizar tratamientos oncológicos y otras terapias. Su trabajo contribuye a la medicina de precisión, optimizando los resultados clínicos.

Mientras que la malagueña Neurodigital Technologies desarrolla tecnologías de realidad virtual y neurotecnología, combinadas con IA, para terapias de rehabilitación neurológica y tratamiento de trastornos mentales, ofreciendo soluciones innovadoras en el ámbito sanitario.

Estos ejemplos muestran cómo las empresas andaluzas están a la vanguardia en la aplicación de la inteligencia artificial para mejorar la salud y la atención médica. La integración de esta tecnología, junto con la formación de profesionales especializados, es clave para construir un sistema de salud más eficiente, equitativo y preparado para los retos del futuro, sin olvidar que estos retos son alcanzables gracias en gran parte a la ingeniería y al trabajo multidisciplinar de profesionales de la salud.



QUO VADIS, JUSTITIA

OPINIÓN

AGUSTÍN MARTÍNEZ

BECERRA

ABOGADO

MIEMBRO DE ALJURA

Parafraseando aquella mítica frase de los años ochenta, malos tiempos para la justicia. Así versaba aquel grupo clásico que cuyo nombre también vendría de perlas para analizar la situación actual de la administración de justicia en España. ¿Recuerdan? El grupo era Golpes Bajos del indescriptible German Coppini. Pues así es como tratan los políticos y buena parte de la sociedad a la Justicia en este país, golpes bajos.

Trabajadores, empresarios, funcionarios, ciudadanos en general están indefectiblemente vinculados con la Justicia en algún momento de su vida y tan cierto es, que el fun-

cionamiento de los Tribunales resulta básico para la buena marcha del estado de derecho y de la economía de un país moderno.

La Justicia y su administración es una Justicia de conveniencia ya que las sociedades que crean su propia organiza-

ción de los Tribunales lo hacen con la única finalidad de juzgar, de acuerdo con su cuerpo legislativo, los atentados contra la legalidad.

En realidad, la Justicia con mayúsculas es un asunto de Estado siempre que el Estado tenga unas fuertes bases sociales sobre las que apoyarse, sin embargo, cuando el Estado se ve sobrepasado por una situación de crisis es a la Justicia, con mayúsculas, a las que el Estado debe rendir cuentas.

Desgraciadamente, a los ojos de quien tiene el honor de escribir esta reflexión para los que tengan a bien su lectura, nuestro país se halla inmerso en una situación de crisis política y social de gran calado. Partidos políticos que rompen su contrato electoral con sus votantes modificando las propuestas por las que solicitaban su voto en función de intereses estratégicos personales. Polarización extrema de las opciones socio-políticas, que en lugar de convertirse en posiciones radicales que generan simpatías a pequeñas partes de la población provocan que las formaciones políticas mayoritarias vean la necesidad de tener que radicalizar sus discursos para contentar a una población que cada vez observa en sus políticos más un problema que una solución. Antisistemas controlando el sistema. Los que

no creen en el Estado nacional dirigiendo su destino. Pues bien, toda esta triste realidad encuentra una melancólica delectación en la puesta en entredicho de la administración de la Justicia en España. Cuando la Justicia se convierte en la última ratio para sostener el país, algo huele a podrido y no es en Dinamarca.

La situación de la Justicia en nuestra nación, podría calificarse como dramática y de cuasi imposible solución si no se genera una modificación estructural del sistema, pero dicha reforma ha de hacerse desde la voluntad social articulada por el poder político.

Estando la Justicia destinada a regular las violaciones individuales de la Ley no puede contener un asalto general contra el propio Estado (poder legislativo, y poder ejecutivo).

Perdónenme si en esta época veraniega mantengo una visión profundamente negativa de la situación de la Justicia en este país. La Justicia no le interesa a nadie, salvo para usarla como arma arrojada o para criticarla como soporte de sus argumentos. El sistema jurídico está quebrado o destrozado. Sin jueces suficientes no hay Justicia. Sin independencia no hay Justicia. Sin medios no hay justicia. Sin funcionarios suficientes no hay Justicia. Sin motivación dentro del Poder Judicial no hay Justicia.

Los profesionales que participamos activamente en el juego judicial, nos sentimos profundamente descorazonados por el bajo nivel que muestran, con honrosas excepciones, los usos de los Tribunales de Justicia. A veces creo, y créanme que lo hago desde el desasosiego que los abogados difícilmente superaríamos un examen de derecho, pero

también creo que muchos jueces y fiscales tampoco pasarían sus correspondientes filtros.

Escuchamos a Altos dignatarios de Estado, obsérvese mi generosidad en el tratamiento, realizar afirmaciones que hacen retorcerse la dignidad de las bases del estado de derecho. Hablar de conflicto entre la presunción de inocencia del acusado y del acusador, o decir, para defender la amnistía, que la última palabra la tienen los ciudadanos y no los jueces suponen una concepción claramente enfrentada no solo al imperio de la Ley sino a la propia esencia del Estado de derecho. Pretender modificar la situación actual de la administración de Justicia con una supuesta Ley de Eficiencia cuyo avance principal es un mero cambio nominativo es cuando menos descorazonador.

Saber con carácter previo cual va a ser el resultado de las votaciones del Tribunal Constitucional- que, por cierto, no es poder judicial- haría avergonzar a cualquier demócrata, si no fuera porque ya no nos avergonzamos prácticamente de nada.

Pero también es cierto que el Poder Judicial, los Jueces, también deben hacer una profunda reflexión sobre su actitud. Recuerdo un magistrado que haya por los comienzos de mi carrera profesional me indico que la dignidad de la judicatura comenzaba en que los jueces solo hablaban a través de sus resoluciones judiciales y continuaba con su ejemplo diario en todos los ámbitos de la vida.

Corren, por desgracia, bajo mi humilde opinión tiempos en los que hay Jueces que se han convertido en habituales tertulianos que hacen explicaciones para dummies de asuntos jurídicos de trascendencia política.

Magistrados y Magistradas que vierten en las redes sociales todo tipo de opiniones sobre diversas materias dejando entrever sin el menor disimulo su ideología, y cometiendo en su caso uno de los más terribles errores que puede cometer un ciudadano en general y un jurista en particular, opinar sin tener un conocimiento exhaustivo del procedimiento del que habla. Incluso, jueces que ya no lo son, habiendo sido apartados de la carrera judicial por cometer el más grave delito que puede llevarse a cabo en su condición de juez, cual es la prevaricación, dando lecciones de derecho en la televisión pública.

La Justicia en España, el estado de derecho está atravesando su peor momento de la historia democrática y esto seguirá siendo así mientras las formaciones políticas mayoritaria solo pretendan controlar los órganos de gobierno y los más Altos Tribunales para sus usos políticos y no resuelvan los problemas estructurales que le afectan. El día que una formación política, del color político que sea, considere mucho más importante que la citación en un juicio por laboral o contencioso no tarde varios años en celebrarse, al igual que un recurso en la Audiencia o la propia celebración de un juicio penal no se dilate años, que esas circunstancias sean más importantes que nombrar o influir en el nombramiento del Presidente de la Sala de lo Penal del Tribunal Supremo, hasta ese día no habrá verdadera justicia en este país. Más medios, más dinero, más inversiones en la administración de justicia y menos valoraciones políticas de resoluciones judiciales y menos pretender tener influencia en el propio poder judicial. Siendo así le iría mejor a nuestro estado de derecho y por ende a nuestra economía. Mucho me temo que, de momento, eso no forma parte de las intenciones de nuestros representantes políticos.

Ojala me equivoque.

Comunicar eficazmente la sostenibilidad en la empresa



La sociedad actual es cada vez más consciente del impacto ambiental y social de las actividades empresariales. Por ello, la sostenibilidad se ha convertido en una prioridad estratégica para muchas organizaciones. Sin embargo, adoptar prácticas sostenibles no es suficiente: es esencial comunicar estos esfuerzos de manera eficaz, auténtica y transparente. Una comunicación sólida sobre sostenibilidad mejora la reputación corporativa, a la vez que fortalece la confianza de los clientes, empleados, inversores y otros grupos de interés.

Éstas son las claves para lograr una comunicación de sostenibilidad efectiva en la empresa.

Integrar la sostenibilidad en el propósito corporativo

La comunicación eficaz de la sostenibilidad comienza con la integración de ésta en la identidad y misión de la empresa. La sostenibilidad no debe ser una iniciativa aislada ni una campaña de marketing temporal, sino parte del propósito organizacional. Cuando una empresa incorpora los valores sostenibles en su ADN, cada mensaje que transmite gana coherencia y credibilidad.

Por ejemplo, si una compañía se define como innovadora y comprometida con el bienestar social, debe demostrar cómo sus productos o servicios cumplen ese propósito desde una perspectiva ecológica y social. Esta coherencia entre lo que la empresa dice

y lo que hace es crucial para evitar acusaciones de *greenwashing*.

Conocer a la audiencia

Una comunicación eficaz exige comprender profundamente a los distintos grupos de interés con los que se relacionan las organizaciones. No todos los públicos valoran los mismos aspectos de la sostenibilidad ni reaccionan de igual forma a los mensajes. Por ello, es necesario adaptar la narrativa, el tono y los canales a cada audiencia.

Los clientes buscan principalmente productos éticos, transparentes y con bajo impacto ambiental. Valoran certificaciones, trazabilidad y beneficios concretos. Por su parte, los empleados desean formar parte de una organización responsable. Aprecian políticas internas que promuevan la equidad, la diversidad, el bienestar y el desarrollo sostenible.

Los inversores, en cambio, están más atentos a los criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) y a cómo impactan en la rentabilidad y los riesgos financieros. La comunidad y los agentes reguladores observan el compromiso real de la empresa con el entorno y el cumplimiento normativo.

Utilizar datos verificables y transparentes

Sea cual sea el público al que nos dirijamos, la credibilidad es uno de los activos más importantes en la comunicación de la sostenibilidad. Para construirla, es esencial basar los mensajes en datos verificables y objetivos. Informes de sostenibilidad auditados, métricas claras y estándares reconocidos (como GRI, SASB o el Pacto Mundial de Naciones Unidas) son herramientas clave para mostrar resultados medibles.

Además, es fundamental comunicar tanto los logros como los desafíos. Reconocer que aún hay aspectos por mejorar y mostrar planes concretos para abordarlos refuerza la transparencia y humaniza a la organización. Los consumidores y otros grupos de interés aprecian la honestidad más que la perfección.

Contar historias, no solo cifras

Aunque los datos son esenciales, por sí solos no generan conexión emocional. Las historias —*storytelling*— permiten dar vida a los números y conectar con las personas de manera más profunda. Una narrativa poderosa puede mostrar el impacto real de una acción sostenible, ya sea en una comunidad, un ecosistema o la vida de un trabajador.

Por ejemplo, en lugar de decir simplemente que se ha reducido un 20% el uso de plásticos, se puede contar la historia de cómo esa decisión ayudó a limpiar una playa local o mejoró la salud de los ecosistemas marinos. Las historias transforman la sostenibilidad en algo tangible y significativo.

Seleccionar los canales adecuados

Debemos tener en cuenta que la comunicación de la sostenibilidad debe difundirse por múltiples canales, tanto internos como externos, si queremos maximizar su alcance e impacto. Los canales más conocidos y utilizados por las compañías suelen ser la propia web corporativa, con una sección específica sobre sostenibilidad, con información clara y actualizada; o las redes sociales, plataformas muy útiles para educar, sensibilizar y conectar con el público general de manera dinámica.

No hay que olvidar, entre los canales, las vías de comunicación interna: newsletters, encuentros o plataformas digitales

OPINIÓN

ANTONIO RIVERO ONORATO

PERIODISTA. DIRECTOR DE GRAYLING ANDALUCÍA

 Antonio Rivero Onorato

son esenciales para involucrar a los empleados. También es posible optar por poner en marcha alguna campaña publicitaria que, bien diseñada, puede ayudarnos a amplificar los mensajes de forma creativa. Por último, pero no menos importante, debemos apoyarnos en los informes de sostenibilidad: documentos exhaustivos, ideales para inversores y expertos.

Es importante que el estilo visual, el lenguaje y la frecuencia de los mensajes estén alineados con la identidad de la empresa y las expectativas del público.

Fomentar la participación y el diálogo

Una comunicación eficaz no es unidireccional. Implica crear espacios para escuchar, interactuar y co-crear con los públicos. La sostenibilidad es un proceso colaborativo, y las empresas deben abrir canales para recibir retroalimentación, ideas y preocupaciones de los distintos grupos de interés.

Esto puede lograrse mediante encuestas, foros, consultas públicas, programas de voluntariado o alianzas con ONGs. Además de enriquecer las decisiones estratégicas, esta participación refuerza el sentido de pertenencia y legitimidad de las acciones sostenibles.

Capacitar a los portavoces y equipos internos

Ya hemos mencionado a los empleados como un destacado grupo de interés para cualquier organización; pero ellos son también los principales embajadores de la sostenibilidad. Por ello, deben estar bien informados y comprometidos con las iniciativas de la empresa. Invertir en formación sobre sostenibilidad y comunicación responsable permite que cada miembro del equipo transmita los valores de la organización de manera auténtica y coherente.

Asimismo, los líderes y portavoces oficiales deben estar preparados para responder preguntas difíciles, manejar crisis reputacionales y comunicar con claridad los avances y compromisos.

Evaluar y ajustar la estrategia de comunicación

Finalmente, como toda estrategia empresarial, la comunicación de sostenibilidad debe ser monitoreada y ajustada de forma periódica. Es recomendable establecer indicadores de desempeño comunicacional, como el nivel de conocimiento, percepción de la marca, alcance de las campañas o la tasa de interacción.

A partir de estos datos, se pueden identificar qué mensajes funcionan mejor, qué canales son más efectivos y qué aspectos necesitan fortalecerse. La mejora continua es esencial para mantener la relevancia y el impacto de la comunicación.

El verano de las celebrities: exosomas, neuromodeladores y ácido hialurónico, los secretos mejor guardados de la belleza

OPINIÓN

JUANI SABALETE
CEO DE LOS CENTROS
BELLAVITA

Cuando llega el verano, la mayoría de nosotros pensamos en vacaciones, playa, sol y relax. Sin embargo, hay algo que cada año se convierte en el auténtico protagonista de esta temporada: la búsqueda incansable de una piel radiante, fresca y natural. Cada vez más, la medicina estética se ha convertido en la mejor aliada de quienes desean lucir su mejor versión, y no es casualidad que las celebrities marquen tendencia con los tratamientos más innovadores. Hoy quiero hablar de los secretos mejor guardados de las famosas para este verano: los exosomas, los neuromodeladores y el ácido hialurónico.

Una nueva era: los exosomas y la regeneración celular

Empezaré por una de las palabras que más está dando que hablar en clínicas de estética de todo el mundo: los exosomas. Aunque para muchos aún suene a término futurista, los exosomas están revolucionando la forma en la que tratamos la piel.

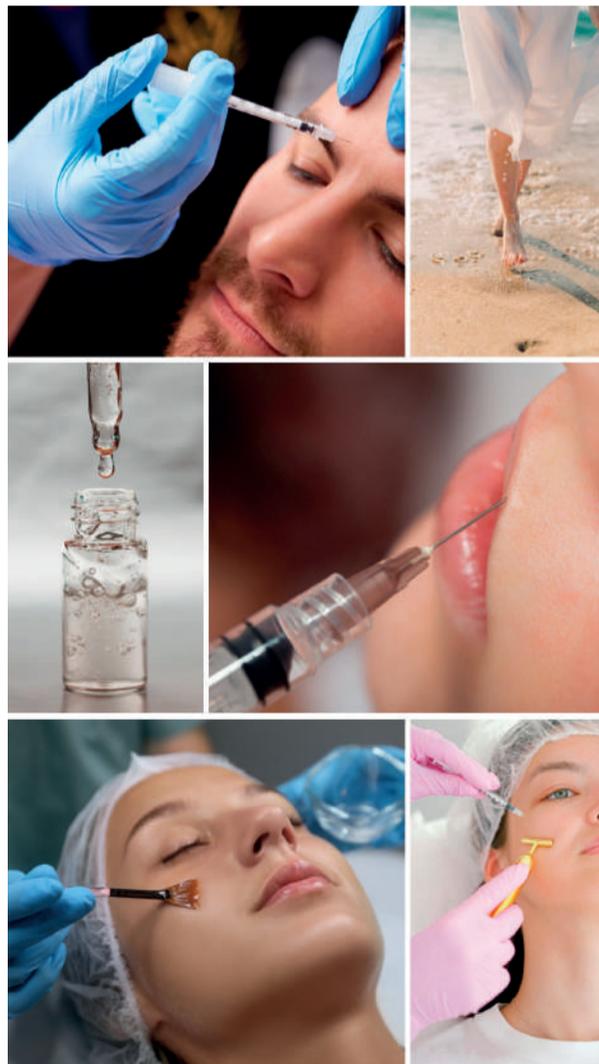
Estos nanovesículas extracelulares, producidas de forma natural por nuestras propias células, tienen la capacidad de actuar como mensajeros entre células, transportando proteínas, ARN y otras moléculas que favorecen la regeneración y reparación celular. Traducido a resultados visibles: piel más luminosa, hidratada y rejuvenecida.

Cada vez más celebrities se decantan por este tratamiento porque, a diferencia de otros procedimientos más invasivos, los exosomas ofrecen resultados naturales y progresivos, respetando la expresión y la identidad facial de cada persona. Además, en verano, cuando la exposición al sol, el cloro y la sal del mar agreden la piel, contar con este refuerzo regenerativo es un auténtico lujo.

En Bellavita, hemos apostado por protocolos personalizados que combinan los exosomas con técnicas de microneedling para maximizar la penetración y eficacia. Es un tratamiento que enamora porque no requiere tiempos de recuperación largos y se puede adaptar a todas las edades y tipos de piel.

Neuromodeladores: la revolución silenciosa del rejuvenecimiento

Otro de los grandes imprescindibles de las celebrities para lucir un rostro descansado durante el verano son los neuromodeladores, comúnmente conocidos por el nombre comercial de la toxina botulínica. Lo cierto es que la forma de trabajar este producto ha evolucionado notablemente en los últimos años.



Ácido hialurónico: hidratación y volumen sin artificios

Si hablamos de imprescindibles de belleza, el ácido hialurónico sigue ocupando el podio. Su versatilidad y seguridad lo han convertido en uno de los fillers favoritos para retoques estivales. Y es que no solo sirve para dar volumen o redefinir contornos, sino también para hidratar en profundidad.

En verano, la piel tiende a deshidratarse con facilidad. El sol, el aire acondicionado, la exposición prolongada al agua salada o clorada afectan a su equilibrio natural. Aquí es donde el ácido hialurónico de baja densidad, utilizado como skinbooster, se convierte en el mejor amigo de la piel.

Las celebrities saben que un rostro jugoso, con un brillo natural, se consigue manteniendo la piel nutrida desde dentro. Por eso, cada vez más combinan tratamientos de hidratación profunda con retoques sutiles en labios, pómulos o surcos nasogenianos, buscando siempre la armonía facial.

Un aspecto importante que a veces se pasa por alto es que los mejores resultados con ácido hialurónico no se obtienen con grandes cantidades, sino con pequeñas dosis bien distribuidas. La naturalidad es la clave para evitar ese temido efecto de rostro hinchado que tanto miedo genera.

La filosofía Bellavita: personalización y naturalidad

Como profesional del sector con años de experiencia, me gusta insistir en algo que para nosotros en Centros Bellavita es un valor innegociable: la belleza no debería ser una máscara, sino un reflejo de cómo te sientes contigo misma. Por eso, cada protocolo debe ser absolutamente personalizado.

No todas las pieles son iguales, ni todas las personas buscan lo mismo. Algunas quieren corregir signos de la edad, otras prefieren potenciar rasgos o simplemente aportar luminosidad. Es aquí donde entra en juego el diagnóstico profesional y la elección de la combinación de técnicas adecuada.

Los tratamientos estrella de este verano —exosomas, neuromodeladores y ácido hialurónico— funcionan aún mejor cuando se aplican dentro de un plan integral de cuidado. La nutrición, la fotoprotección, la limpieza adecuada y una buena rutina cosmética en casa son complementos imprescindibles para prolongar los efectos y garantizar resultados duraderos.

Cuidarse es un acto de amor propio

A veces se critica la medicina estética por fomentar estándares de belleza irreales. Personalmente, creo que la verdadera revolución está en entenderla como un camino para sentirnos mejor, sin perder nuestra esencia. Un toque sutil, un gesto de autocuidado, un recordatorio de que somos nuestra mejor inversión.

Verano tras verano, las celebrities nos recuerdan que cuidar la piel y envejecer bien no tiene nada que ver con parecer otra persona, sino con aprender a ser la mejor versión de uno mismo. En Centros Bellavita trabajamos cada día para que nuestros pacientes se sientan así: seguros, satisfechos y en paz con el espejo.

Este verano, date el permiso de mimarte. La belleza está en cada detalle, en cada mirada descansada, en cada piel radiante que cuenta historias de vida y de autocuidado. Porque los tratamientos pasan, pero la seguridad que nos da sentirnos bien con nosotros mismos permanece.

Atrás quedaron los rostros congelados y las expresiones artificiales. Hoy, la tendencia es la neuromodulación inteligente, una técnica que busca relajar los músculos de forma estratégica para suavizar arrugas y prevenir su aparición, pero siempre manteniendo la frescura y la naturalidad.

Este verano, vemos cómo los retoques sutiles triunfan en alfombras rojas, festivales y redes sociales. ¿El motivo? Un rostro con aspecto relajado comunica juventud y bienestar, pero sobre todo evita ese gesto de cansancio perpetuo que tantas veces nos regalan las patas de gallo o el entrecejo fruncido.

En Bellavita, defendemos un enfoque de “menos es más”, que respeta la fisiología de cada paciente. Es fundamental que un buen profesional sepa dónde y cómo infiltrar para conseguir ese efecto glow sin alterar la expresión. De hecho, muchos de nuestros pacientes, incluidas influencers y rostros conocidos, acuden justo antes de las vacaciones para asegurarse de que su rostro luce impecable durante toda la temporada estival.

OPINIÓN

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

Más de 120.000 jóvenes de 85 países se reunieron en Roma para celebrar el Jubileo de la Juventud, presidido por el Papa León. Entre ellos, más de 400 procedentes de Sevilla, que llevaron a la Ciudad Eterna su fe, compromiso y entusiasmo. Un encuentro que, a diferencia de la multitudinaria JMJ de Lisboa, se centró en la acción social y la responsabilidad ciudadana de las nuevas generaciones.

De Lisboa a Roma: del entusiasmo multitudinario a la reflexión activa

La JMJ de Lisboa 2023 quedará en la memoria por sus 1,5 millones de participantes y su ambiente festivo y universal. Roma, en cambio, ha apostado por una cita más íntima y orientada a la acción concreta. Si Lisboa fue el gran canto de alegría misionera, Roma ha querido ser un taller de ideas y compromiso, donde la fe se traduce en servicio y transformación social.

Para este aprendiz de comunicador la experiencia de Lisboa fue de esas que marcan dejando una huella trabajar durante días en la oficina de prensa, acudir a las cientos de ruedas de prensa, encuentros con el Papa Francisco y sobre todo la convivencia con jóvenes, sacerdotes monjas y seglares de todo el mundo de diversas razas y continentes

Blancos, negros, mulatos, indios, gentes de África, Oceanía, Europa y América era un crisol inenarrable de vivencias continuas, trepidantes llenas de voces, canciones, mensajes y sobre todo, esperanza.

Los encuentros de los periodistas a diario con el Papa en esa abarrotada sala de prensa donde se hablaban mil idiomas, pero donde los idiomas ibéricos el portugués y castellano prevalecían dada la adscripción de los compañeros de prensa.

En concreto me gusto como la Iglesia es madre y maestra en muchas materias pero organizando eventos es única, movilizandolos masas ingentes de manera perfecta y ordenada. Toda la logística era una alarde de virtuosismo, alimentacion, transporte, sanidad, seguridad todo perfecto.

En un mundo convulso lleno de miedos, guerras, retos y sinsabores los jóvenes que se reunieron entono al Papa y a Cristo representaban una esperanza un grito de que es posible otra humanidad y otros valores todo entorna a una figura de un hombre que murió hace 2.000 años y que proclama que su mensaje sigue muy vivo

Ahora dos años después Roma, la ciudad eterna coge el testigo esta vez ya no estará el Papa Francisco con su sonrisa eterna con su acento argentino, sureño, nuestro, ahora



Roma celebra el Jubileo de la Juventud: la esperanza del presente, y motor de futuro



su cathedra la ocupa un norteamericano con muchas raíces europeas eso si pero de EE.UU que aporta una nueva visión, quizás más moderna, practica ecléctica y contemporánea.

Tengo que decirles que me gusto su nombre León al sentirse heredero de ese Papa Leon XIII el papa que unión lo laboral, el mundo de las fábricas y del proletariado, el mundo del trabajo con la Iglesia y llevo el mensaje de Cristo a los tajos laborales proclamando que también Dios estaba allí para transmitir su salvación.

Su doctrina la plasma en una encíclica Rerum Novarum publicada en 1891 y que significa "de las cosas nuevas" donde recogerá su enseñanza sobre la cuestión social y las condiciones laborales de los trabajadores durante la revolución industrial. La

encíclica establecerá principios claves de la doctrina social de la Iglesia, como el derecho a la propiedad privada, el salario justo, y la importancia de las asociaciones profesionales para los trabajadores

Y ahora este nuevo Pontífice americano con este nombre Leon congrega entorno a si y a la Iglesia al mundo, al mundo más joven para transmitirles que la juventud es la esperanza y que en ellos esta nuestro futuro y que junto a ellos hemos de luchar en pro de nuevos ideales y nuevos valores.

La huella sevillana en el Jubileo

Más de 400 jóvenes de Sevilla y su provincia participaron activamente en talleres sobre inclusión social, medioambiente y liderazgo comunitario. Su implicación fue especialmente visible en la Vigilia de Oración celebrada en la Plaza de San Pedro y en las

acciones de voluntariado realizadas en comedores sociales romanos.

El arzobispo de Sevilla destacó: "Nuestros jóvenes son un regalo para la Iglesia y para la sociedad. Aquí han demostrado que fe y compromiso son inseparables"

La voz del Papa León

En su homilía central, el Papa León envió un mensaje directo y motivador:

"No dejéis que os convenzan de que sois demasiado jóvenes para cambiar el mundo. La historia se escribe también con vuestras manos y vuestro corazón"

Las cifras de este global acontecimiento son mareantes e ilusionantes, durante el Jubileo se celebraron más de 200 actividades en toda la ciudad, se movilizaron 15.000 voluntarios, se sirvieron 250.000 comidas comunitarias y se recaudaron fondos para proyectos educativos en África y América Latina.

Un mensaje que trasciende frontera

El Jubileo de la Juventud en Roma ha reafirmado que creer en los jóvenes es apostar por un futuro más justo y humano. La presencia sevillana ha puesto de manifiesto que, desde lo local, se puede contribuir al cambio global.

Esperanzado y expectante y trabajando ya para acudir a la próxima cita en Seúl, quiero transmitirles que poder es querer y junto a la juventud, todo se puede y Roma ha sido, por unos días, el lugar donde la esperanza se hizo visible en miles de rostros jóvenes, recordándonos que el verdadero cambio comienza cuando confiamos en quienes lo harán posible.

La idoneidad de quien implanta el sistema de cumplimiento normativo

Implementar un programa de compliance penal eficaz se ha convertido en una necesidad vital para las empresas españolas desde la reforma del Código Penal. Tras las modificaciones de 2010 y 2015, las personas jurídicas pueden llegar a eximirse de responsabilidad penal si instauran modelos de prevención de delitos que cumplan ciertos requisitos. En otras palabras, un buen sistema de cumplimiento normativo puede servir de escudo legal y evitar condenas a la empresa; pero *solo* si está correctamente diseñado e implementado. Aquí surge la cuestión central: ¿quién debe encargarse de implantar ese sistema y qué cualificación exige la ley para esa figura?

Los empresarios deben entender que no cualquiera está preparado para asumir la responsabilidad de implantar un compliance efectivo. Un programa mal implementado es papel mojado y no protegerá a la compañía. A continuación, analizamos con un enfoque divulgativo los requisitos legales y las mejores prácticas sobre la idoneidad del Oficial de Cumplimiento (Compliance Officer) en España, ofreciendo recomendaciones prácticas para elegir al profesional adecuado.

Requisitos legales para el responsable de Compliance

La exigencia de contar con un órgano encargado de vigilar el cumplimiento aparece expresamente en el Código Penal. En concreto, el artículo 31 bis indica que, para que la persona jurídica quede exenta de pena, “la supervisión del funcionamiento y del cumplimiento del modelo de prevención implantado ha sido confiada a un órgano de la persona jurídica con poderes autónomos de iniciativa y de control”. Esto significa que la empresa debe delegar la supervisión del modelo de compliance en un órgano interno con autonomía y autoridad suficientes. Si la vigilancia del programa la ejerce una persona o comité sin independencia real, o sin el conocimiento adecuado, difícilmente se cumplirá este requisito legal.

La Fiscalía General del Estado, en su Circular 1/2016, aclaró “En uno y otro supuesto (con la función más limitada de prevención de delitos o con la más

amplia de control interno), la norma se está refiriendo a un órgano de cumplimiento (oficial de cumplimiento o compliance officer) que, dependiendo del tamaño de la persona jurídica, podrá estar constituido por una o por varias personas, con la suficiente formación y autoridad.”

El perfil del Compliance Officer debe reunir condiciones de idoneidad en términos de capacitación, recursos y posición dentro de la empresa. Tanto la norma *UNE 19601:2017* (estándar español de sistemas de gestión de compliance penal) como las guías internacionales destacan varios aspectos clave:

- **Conocimientos y formación:** El responsable de cumplimiento ha de entender la normativa aplicable (en especial la penal) y los riesgos legales de la empresa. Se valora una formación jurídica sólida; no es casual que en España, dado el enfoque penal del compliance, muchos oficiales de cumplimiento tengan perfil de abogados penalistas.



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.

- **Independencia y autoridad:** Debe ocupar una posición que le permita actuar sin interferencias ni conflictos de interés. Idealmente, el Compliance Officer no debería depender de áreas de negocio cuyo desempeño económico pudiera entrar en colisión con las obligaciones legales. Muchas empresas evitan nombrar como oficial de cumplimiento a directivos de unidades con objetivos comerciales (p. ej. director financiero o de ventas) y optan por ubicar la función en departamentos como *Riesgos*, *Auditoría Interna* o *Recursos Humanos*, más alejados de la presión comercial. En cualquier caso, la alta dirección debe garantizar que el encargado de compliance tenga acceso directo al consejo de administración, libertad para informar de incumplimientos, y protección frente a represalias internas. La cultura corporativa debe respetar su criterio.

- **Medios adecuados:** La eficacia del modelo depende de que se le doten recursos. La *UNE 19601* exige disponer de recursos financieros, materiales y humanos suficientes para lograr los objetivos del modelo. Un compliance sin presupuesto ni apoyo de personal es simplemente inviable.

- **Funciones definidas:** La persona o comité designado debe encargarse, entre otras tareas, de identificar y evaluar los riesgos penales, establecer controles, gestionar un canal de denuncias interno para reportar irregularidades, impartir formaciones en materia de cumplimiento y proponer sanciones disciplinarias si se infringen las políticas. Asimismo, es el responsable de supervisar el propio sistema de compliance de forma continua, verificando su eficacia y promoviendo mejoras. Consejos prácticos para elegir al implantador de su compliance

A la luz de lo anterior, ¿qué recomendaciones prácticas pueden seguir los empresarios para asegurarse de que la persona o enti-

dad que implante su sistema de cumplimiento normativo sea la adecuada? Aquí ofrecemos algunos puntos clave a considerar:

- **Verifique la especialización:** Pida credenciales. ¿Tiene formación específica en compliance penal, derecho penal económico o similar?

- **¿Posee certificaciones reconocidas en compliance?** Un *curso superficial* no basta; busque profesionales con máster especializado o certificaciones en la materia. La profundidad de conocimientos marcará la calidad del programa.

- **Experiencia demostrable:** Inquire por casos o proyectos previos. Un buen consultor o despacho de compliance podrá mencionar implantaciones exitosas en empresas similares a la suya. La experiencia en su sector de actividad también es valiosa, pues cada industria tiene riesgos particulares.

- **Adecuación del programa:** Finalmente, evalúe si le ofrecen un modelo personalizado. Un compliance eficaz debe adaptarse al tamaño, sector y riesgos específicos de su empresa; huya de soluciones genéricas o documentos tipo descargados de Internet. El profesional idóneo realizará una evaluación de riesgos a medida, redactará códigos y protocolos ajustados a su operativa, impartirá formación al personal y establecerá mecanismos de control y denuncia adecuados a su organización. Esto requiere dedicación y método; si le prometen un manual de miles de páginas sin explicar su aplicación práctica, probablemente no sirva de mucho.

Especialización y confianza: la diferencia de un buen aliado en Compliance

En definitiva, la idoneidad de quien implanta el sistema de cumplimiento es un factor decisivo. Los empresarios deberían confiar esta tarea únicamente a expertos altamente especializados y de confianza contrastada. La realidad es que implementar compliance

OPINIÓN

GONZALO JUAN FERNÁNDEZ-SAMBRUNO CLAVER

ABOGADO TITULAR DE CLAVER & 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**

no es un mero trámite, sino un proceso que exige conocimientos jurídicos profundos, experiencia práctica y un compromiso ético absoluto. Contar con profesionales cualificados marca la diferencia entre un programa efectivo y un falso sentido de seguridad.

Por ello, cada vez más compañías buscan el apoyo de despachos de abogados especializados en compliance penal. Un ejemplo cercano lo encontramos en Andalucía: nuestra firma, Claver & Egler Abogados y Mediadores, ha sido seleccionada como socio jurídico de confianza por asociaciones empresariales de primer nivel. De hecho, Claver & Egler es en la actualidad el único despacho del mundo con las dos certificaciones internacionales más prestigiosas en Compliance. Esta doble certificación, sumada a la sólida formación académica

de nuestro equipo (incluyendo Máster y estudios de Doctorado en Derecho Penal Económico), nos posiciona como referentes en la materia. No es casualidad que organizaciones como FEICASE – la Confederación Provincial de Empresarios de Alimentación, Droguería y Perfumería de Sevilla – nos hayan confiado la implantación de sistemas de cumplimiento para sus empresas asociadas. Nuestra experiencia y cualificación ofrecen garantías de un asesoramiento de primer nivel, esencial para que las empresas operen seguras y libres de riesgos penales.

En conclusión, implantar un sistema de compliance efectivo no es algo que deba tomarse a la ligera ni delegarse en manos inexpertas. La ley permite a las empresas librarse de condenas penales si demuestran una cultura de cumplimiento real y efectiva, pero para lograrlo se requiere un oficial de cumplimiento idóneo al timón. Invertir en profesionales competentes – internos y externos – para diseñar e implementar el programa es una inversión en la continuidad y tranquilidad del negocio. Al final del día, el mejor seguro para una empresa es prevenir el delito antes de que ocurra, y eso solo se consigue con cumplimiento normativo bien llevado. Como reza el dicho, *más vale prevenir que curar*; y en el ámbito legal prevenir significa cumplir. Las empresas que entienden esto y escogen correctamente a sus aliados en compliance estarán un paso adelante, protegidas ante las amenazas legales y fortalecidas en su buen gobierno corporativo.



Belleza que impulsa la economía: el renacimiento del sector cosmético

En un escenario global marcado por la incertidumbre y la desaceleración de algunos sectores industriales, la industria cosmética y de perfumería en España ha demostrado una vitalidad económica que sorprende por su consistencia, dinamismo y valor estratégico. No se trata ya de una industria colateral al gran consumo, sino de un motor económico consolidado, que no solo ha recupera-

do el terreno perdido tras la pandemia, sino que lo ha superado con creces, colocándose como uno de los sectores con mayor crecimiento relativo del país.

Según datos de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa): más de 11.200 millones de euros de volumen de mercado, con un crecimiento del 7,7% en 2024. Esta evolución no es anecdótica. Representa más del cuádruple del crecimiento medio del consumo privado nacional (2,4%),

e incluso supera a sectores tradicionalmente protagonistas como la moda o la restauración. En términos macroeconómicos, esta actividad aporta ya el 1,03% del PIB, generando más de 300.000 empleos directos e indirectos.

El motor del crecimiento no es solo la demanda estética: es una cultura del bienestar y autocuidado cada vez más extendida entre la población. Lejos de ser un fenómeno ligado a un segmento de lujo, el cuidado personal se ha convertido en un comportamiento transversal, que se refleja tanto en el consumo de productos básicos de higiene como en la sofisticación creciente de categorías como el tratamiento facial, la protección solar o los perfumes de alta gama.

La media de gasto por persona en productos cosméticos en España ha alcanzado ya los 221,6 euros anuales, con un incremento del 8% respecto al ejercicio anterior. Dentro de este gasto, destaca especialmente el cuidado de la piel, que ya representa más de un tercio del consumo total del sector. El segmento de solares, por ejemplo, creció casi un 20%, impulsado por factores como la conciencia sobre la salud dermatológica, el envejecimiento poblacional y la alta exposición turística.

Este fenómeno ha impulsado a su vez el desarrollo de canales de distribución como farmacias, perfumerías especializadas y plataformas de venta directa. El canal físico, contra todo pronóstico en una era digital, ha mantenido su protagonismo, gracias al valor añadido de la atención personalizada y la experiencia sensorial del producto. El comercio electrónico se estabiliza, con 8,4 millones de consumidores activos, pero aún lejos de sustituir la interacción presencial que domina en la compra de productos de cuidado personal.

Uno de los datos más relevantes del ejercicio 2024 es el récord histórico en exportaciones: más de 9.500 millones de euros, lo que representa un incremento del 23% respecto al año anterior. España consolida así su posición como segundo mayor exportador mundial de perfumes, solo por detrás de Francia, y supera en volumen exportador a sectores emblemáticos como el vino, el aceite de oliva o el calzado.

Este avance exportador no se concentra únicamente en los perfumes, sino que se reparte con creciente equilibrio entre productos para el cuidado de la piel, cabello, cosmética de color y artículos de higiene. Además, se constata una diversificación geográfica significativa: cerca del 45% de las exportaciones se destinan a países extracomunitarios. En mercados como Oceanía y América Latina, los crecimientos superan el 30%, con picos del 71% en algunas categorías de perfumería.

Este fenómeno no es casual: responde a la percepción global de la cosmética española como sinónimo de calidad, diseño e innovación, con una excelente relación calidad-precio. A ello se suma un tejido empre-

OPINIÓN

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

 Rocío Tornay Márquez

sarial competitivo, con marcas consolidadas y otras emergentes que se han adaptado ágilmente a las nuevas demandas del consumidor global, más exigente y consciente.

El sector no solo ha crecido en términos de ventas: lo ha hecho también en reputación y alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La industria española ha emprendido una transformación verde y digital sin precedentes, integrando iniciativas pioneras en eficiencia energética, economía circular, gestión hídrica y transparencia de ingredientes.

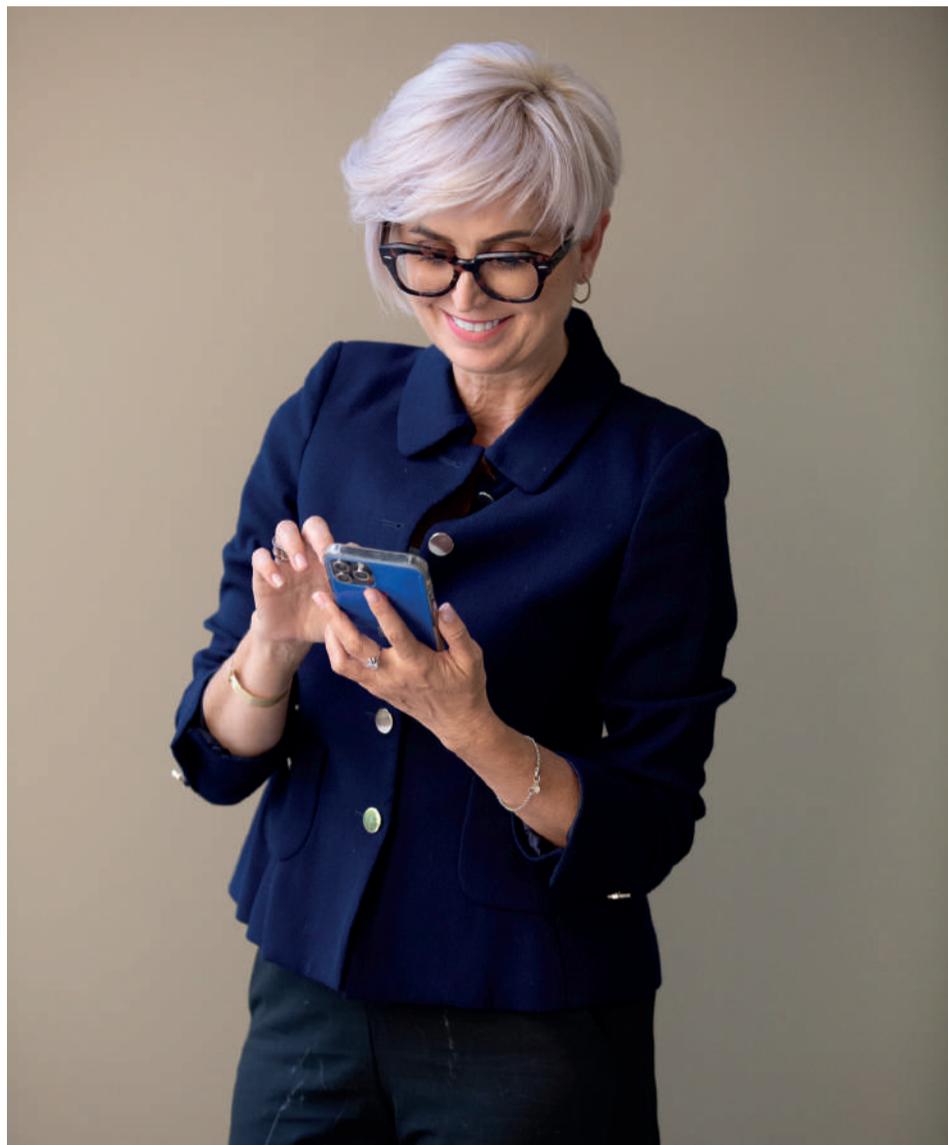
En paralelo, se ha reforzado la inversión en I+D+i, no solo en formulaciones, sino también en envases sostenibles, tecnologías de distribución y trazabilidad, y procesos de fabricación cada vez más responsables. La sostenibilidad ya no es un elemento accesorio: se ha convertido en una ventaja competitiva y un valor de marca indispensable para fidelizar a un consumidor cada vez más informado y exigente.

La fortaleza del sector cosmético en España no radica únicamente en su capacidad exportadora o en la sofisticación de su oferta. También está profundamente enraizado en el territorio, con un ecosistema compuesto por más de 15.000 perfumerías, 50.000 salones de peluquería, 22.300 centros de estética y 22.100 farmacias. A ello se suman empresas dedicadas a materias primas, logística y envasado, completando una cadena de valor robusta y descentralizada, con presencia en todo el país.

Este entramado genera empleo de calidad y promueve el desarrollo económico local, especialmente en zonas donde otras industrias han perdido peso. Así, el sector cosmético se convierte también en actor clave de cohesión territorial, con un impacto que trasciende lo económico y se proyecta hacia lo social y ambiental.

Los últimos resultados de la industria marcan un punto de inflexión positivo para el sector, pero también plantea nuevos desafíos. La necesidad de seguir acelerando la digitalización, garantizar la sostenibilidad de las cadenas de suministro globales y competir con gigantes internacionales exige una estrategia clara y ambiciosa. Las empresas deberán seguir invirtiendo en innovación, personalización y trazabilidad para mantener la ventaja competitiva.

No obstante, la tendencia es clara: el bienestar como nueva economía. El auge del autocuidado, la sofisticación del consumidor y el papel creciente de la cosmética como expresión de salud, identidad y bienestar aseguran un futuro expansivo para una industria que, sin hacer demasiado ruido, se ha convertido en una pieza fundamental del engranaje económico español.



Hacia una salud global y conectada

Respirar mejor para vivir mejor: la revolución silenciosa que empieza con un clic

En este contexto, la salud respiratoria emerge como una prioridad estratégica. Y desde Andalucía, una red de innovación social y tecnológica está demostrando que es posible actuar desde lo local con impacto global. Hablamos de la Fundación Lovexair, pionera en salud respiratoria, que a través de su ecosistema HappyAir ha creado un modelo de salud digital colaborativa centrado en las personas y respaldado por la ciencia.

Su campaña global “Aire Limpio, Vidas Saludables” está revolucionando la manera de abordar la salud pulmonar. Con una herramienta gratuita y accesible desde el móvil —Check@ir— cualquier ciudadano puede realizar una autoevaluación pulmonar en menos de cinco minutos. Un gesto tan simple como potente: permite detectar factores de riesgo, promover la autogestión de la salud y generar datos en tiempo real para el primer Mapa Global de Salud Pulmonar.

Este mapa, basado en la participación ciudadana y la inteligencia colectiva, se convierte en una herramienta transformadora para los gestores públicos, los profesionales sanitarios y las propias comunidades. ¿Dónde están los puntos críticos? ¿Cómo se correlacionan los niveles de contaminación con los síntomas? ¿Qué patrones se repiten en determinadas zonas o franjas de edad? La respuesta ya no es teórica. Es cuantificable. Es visible.

Y es que la nueva salud pública no espera al hospital. Actúa en la escuela, en la oficina, en el transporte público. Anticipa. Empodera. Acompaña. Cambia la lógica reactiva por una lógica proactiva, donde el ciudadano deja de ser paciente para convertirse en agente de salud. Y lo hace a través de soluciones digitales, fáciles de usar, inclusivas, respetuosas con la privacidad y basadas en la evidencia.

Tecnología con propósito: datos que salvan vidas

Check@ir no es una app más. Es una herramienta desarrollada por un equipo multidisciplinar —médicos, tecnólogos, pacientes, investigadores— que responde a una necesidad real: acercar el diagnóstico temprano a cualquier persona, sin barreras geográficas, económicas o sociales. El objetivo no es solo evaluar, sino acompañar. El ecosistema HappyAir permite a los usuarios acceder a recursos educativos, contenidos de calidad, profesionales acreditados y experiencias compartidas por otros ciudadanos.

Esta red ya se está desplegando en Colombia, España y otros países. Y sus datos permiten identificar desigualdades, optimizar recursos sanitarios, diseñar campañas específicas o evaluar el impacto de políticas públicas. Es

innovación al servicio del bien común.

Además, Lovexair ha entendido que sin alianzas no hay transformación posible. Por eso trabaja codo a codo con la OMS, con gobiernos locales, con universidades, centros de salud, startups y organizaciones de pacientes. Su enfoque One Health conecta salud humana, salud ambiental y salud animal como parte de un mismo sistema interdependiente. Y lo hace sin perder de vista lo esencial: el bienestar de las personas.

Una salud más conectada, más humana, más justa

Este nuevo modelo de salud nos interpela a todos. No es una tarea exclusiva del sistema sanitario. Las empresas, las escuelas, los medios de comunicación, los gobiernos, las universidades y, sobre todo, los propios ciudadanos, tienen un papel que jugar.

Como señalaba Jaime del Barrio en el último Congreso Nacional de Salud Digital, el futuro de la salud no se construye solo en quirófanos o laboratorios, sino también en los hogares, en las ciudades, en los datos. Y sobre todo, en la colaboración. “El reto no es tecnológico —decía—. El reto es cultural. Es generar confianza, compartir conocimiento, tejer redes”.

En este sentido, iniciativas como la de Lovexair demuestran que sí es posible pasar del discurso a la acción. Que sí se puede construir un modelo donde el ciudadano se siente escuchado, donde la prevención ocupa el lugar que merece, donde los datos no son un fin, sino un medio para decidir mejor y cuidar más.

Desde la Fundación Lovexair estamos impulsando una nueva forma de entender la salud: más digital, más participativa, más cercana. Una salud en la que las personas pueden cuidarse de forma activa, aprender a gestionar su bienestar respiratorio y formar parte de un movimiento global que ya ha comenzado. Organizaciones, profesionales y ciudadanos en Colombia, España y otros países ya se han sumado a esta red que une innovación, datos y acción colectiva.

El futuro de la salud será digital, sostenible y compartido... o no será

Quizá no podamos cambiar el mundo de golpe. Pero sí podemos cambiar la forma en la que lo respiramos. Y eso, gracias a iniciativas como esta, ya está ocurriendo.

Porque cuando hablamos de salud respiratoria, hablamos también de justicia social, de equidad, de derechos humanos. Hablamos de innovación que salva vidas. De tecnologías que empoderan. De una sociedad que cuida.

Este es el tiempo de actuar. De dejar atrás las inercias. De apostar por una salud climáticamente inteligente, conectada, humana. De sumar esfuerzos desde todos los sectores. De construir, entre todos, una salud que no solo cure, sino que transforme. Que no solo trate, sino que prevenga. Que no solo escuche, sino que responda.

El aire no tiene fronteras. Y la salud tampoco debería tenerlas. El futuro es ahora. Y está en nuestras manos.

Más información: www.happyair.org.

OPINIÓN

ROSA SILES

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

 Rosa Siles Moreno

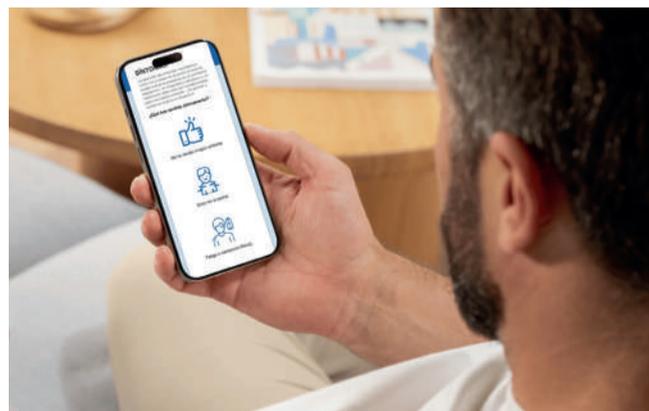
La salud respiratoria, en el epicentro de una nueva era sanitaria

Hay síntomas que nos advierten antes de que la enfermedad se declare. Y uno de ellos es el aire. Cada vez más estudios científicos y organismos internacionales coinciden en que la calidad del aire que respiramos es uno de los indicadores clave de nuestra salud y bienestar. Según la Organización Mundial de la Salud, más del 90 % de la población mundial vive en lugares donde los niveles de contaminación superan los límites recomendados. Cada año, más de siete millones de personas mueren de forma prematura por causas directamente relacionadas con la contaminación atmosférica.

Enfermedades respiratorias como el asma, la enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC) o la fibrosis pulmonar afec-

tan a millones de personas en todo el mundo. En Europa, se calcula que una de cada ocho muertes está vinculada a factores medioambientales, especialmente al aire contaminado. En España, según datos del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, se estiman cerca de 30.000 muertes anuales atribuibles a la mala calidad del aire. Y estos efectos no son homogéneos: afectan especialmente a los colectivos más vulnerables —niños, personas mayores, pacientes crónicos— y se intensifican en contextos de cambio climático, pobreza energética o urbanización acelerada.

Como explica el experto en salud digital Jaime del Barrio, estamos viviendo una transición imparable hacia una nueva forma de entender la salud: más proactiva, más personalizada, más conectada con el entorno. “Ya no podemos concebir la salud desde una mirada fragmentada —dice—. Necesitamos enfoques integrales, que reconozcan la relación entre salud humana, salud ambiental y salud animal. Y para ello, la digitalización, los datos y la participación ciudadana serán claves”.





Dr. Edwin Romero: “En UROGY, la alta tecnología es una herramienta poderosa que ponemos al servicio de la salud, pero nunca un sustituto del trato humano”

ENTREVISTA

DR. EDWIN ROMERO
ESPECIALISTA EN UROGY

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo definiría la filosofía de trabajo y el enfoque asistencial de UROGY, y qué aspectos diferencian a su clínica de otras en Sevilla y a nivel regional?

En UROGY, entendemos la urología como una disciplina que exige una combinación precisa de rigor médico, sensibilidad

humana y una clara visión de futuro. Nuestra filosofía se asienta sobre tres pilares fundamentales: la excelencia clínica, la innovación tecnológica y una atención personalizada. Cada paciente es, para nosotros, un caso único. Por ello, ofrecemos un enfoque integral que abarca desde un diagnóstico avanzado y preciso hasta la aplicación de tratamientos mínimamente invasivos, culminando en un seguimiento continuo y adaptado a sus necesidades.

Lo que verdaderamente nos diferencia en el panorama urológico de Sevilla y Andalucía es nuestra apuesta decidida por la vanguardia. Somos el único grupo urológico en Sevilla que ha integrado la cirugía robótica Da Vinci como un estándar en el abordaje de múltiples patologías.

En un sector sanitario en constante evolución, la clínica de urología UROGY se posiciona a la cabeza de la innovación y la especialización. Con una apuesta decidida por la tecnología de vanguardia y un equipo humano de excelencia, abordan el futuro de la medicina urológica con proyectos ambiciosos que prometen transformar la atención al paciente en Sevilla y a nivel regional. Para desvelar las claves de esta visión avanzada de la medicina, Tribuna de Andalucía ha conversado con el doctor Edwin Romero, especialista en urología en UROGY, destacando de este centro su músculo tecnológico y su profunda dedicación a la salud urológica integral.

La cirugía robótica Da Vinci es, sin duda, un hito en la medicina moderna. ¿Qué ventajas concretas aporta a los pacientes urológicos y qué tipo de intervenciones realizan actualmente con este sistema?

La cirugía robótica Da Vinci ha transformado radicalmente el panorama quirúrgico en urología, ofreciendo beneficios que antes eran inalcanzables. Su principal ventaja es la máxima precisión quirúrgica, que permite a nuestros cirujanos operar con una minuciosidad inigualable, minimizando la agresión a los tejidos circundantes. Esto se traduce directamente en un menor sangrado durante la intervención, una reducción significativa del dolor posoperatorio y, crucialmente, una recuperación mucho más rápida para el paciente.

Pero más allá de la recuperación general, la cirugía robótica Da Vinci nos permite preservar funciones clave que impactan directamente en la calidad de vida del paciente. Hablamos de la preservación de la continencia urinaria y de la potencia sexual. La visión



tridimensional ampliada y los instrumentos articulados del robot replican y superan la destreza de la mano humana, permitiendo movimientos precisos en espacios reducidos.

Actualmente, la cirugía robótica es una herramienta habitual en una amplia gama de intervenciones urológicas complejas en UROGY. Realizamos la prostatectomía radical para el tratamiento del cáncer de próstata, la nefrectomía parcial en tumores renales y la cistectomía con reconstrucción de neovejiga en casos de cáncer de vejiga avanzado. Además, somos pioneros en su aplicación para la colposacropexia en prolapsos femeninos. También la utilizamos en la liberación del nervio pudendo para el tratamiento del dolor pélvico crónico y en la adenomectomía robótica para casos de hiperplasia benigna de próstata de gran tamaño.





“La incorporación de IA en el diagnóstico por imagen, la expansión de la cirugía robótica Da Vinci y los tratamientos mínimamente invasivos marcan el compromiso de la clínica de urología sevillana con la medicina del futuro y la prevención integral, incluyendo un fuerte enfoque en la urología femenina”

Más allá de la robótica, ¿cómo han cambiado técnicas como la biopsia por fusión, el láser HoLEP, Rezum o HIFU la manera de tratar patologías como la hiperplasia benigna de próstata (HBP) o el cáncer de próstata?

Estas técnicas han supuesto una verdadera revolución en el tratamiento urológico, permitiéndonos ofrecer opciones mucho más precisas y menos invasivas. La biopsia por fusión de imágenes, por ejemplo, ha mejorado drásticamente la precisión diag-

nóstica en el cáncer de próstata. Al fusionar imágenes de resonancia magnética con ecografía en tiempo real, podemos dirigir la biopsia directamente a las áreas sospechosas, aumentando la tasa de detección de cánceres clínicamente significativos y evitando biopsias innecesarias.

Para la hiperplasia benigna de próstata (HBP), el láser HoLEP ha emergido como una técnica de referencia. Permite tratar próstatas de cualquier tamaño con mínima invasión, ofreciendo resultados duraderos y una rápida recuperación. Es una alternativa muy eficaz a la cirugía abierta tradicional para próstatas grandes. El sistema Rezum,



por su parte, utiliza vapor de agua para reducir el tamaño de la próstata en casos de HBP, con la ventaja crucial de conservar la función sexual en muchos pacientes.

Finalmente, el HIFU es un tratamiento que ha marcado un antes y un después en el manejo del cáncer de próstata. Es un procedimiento no quirúrgico que utiliza ultrasonidos de alta energía para destruir de manera precisa y controlada las células cancerosas, preservando el tejido sano circundante. Esto significa que podemos curar el cáncer de próstata sin necesidad de una cirugía, eliminando los riesgos y las complicaciones asociados a ella, incluso los de la cirugía robótica.

La prevención es un aspecto cada vez más valorado en la salud. ¿Cómo se está abordando este enfoque dentro de la clínica, especialmente en programas de salud masculina y femenina?

La prevención es un pilar fundamental de nuestra práctica; es la base para una vida sana y plena. En UROGY, nuestra visión no se limita a tratar la enfermedad una vez que se manifiesta, sino a prevenirla activamente y promover un bienestar integral a lo largo de la vida del paciente.

En la salud masculina, nuestros programas incluyen revisiones urológicas periódicas personalizadas, cribados para la detección precoz de patologías como el cáncer de próstata o las enfermedades cardiovasculares asociadas, y asesoramiento detallado sobre hábitos de vida saludables. Promovemos activamente la educación en salud prostática desde los 45 años, ya que la detección precoz puede marcar una diferencia abismal en el pronóstico.

Por otro lado, la urología femenina es un área de especial relevancia para nosotros, y que a menudo ha estado menos visibilizada. En UROGY, abordamos de manera integral patologías como la incontinencia urinaria, que afecta a un gran número de mujeres y tiene un impacto significativo en su calidad de vida, así como los prolapsos de órganos pélvicos. Para estas afecciones, además de tratamientos conservadores, ofrecemos soluciones quirúrgicas avanzadas, incluyendo la colposacropexia robótica Da Vinci y otras técnicas mínimamente invasivas para la incontinencia.

¿Qué valor aporta al paciente contar con un equipo médico multidisciplinar como el que forma parte de UROGY, y cómo combinan la alta tecnología con la cercanía y la atención personalizada?

Contar con un equipo médico multidisciplinar es un valor incalculable para el paciente. La diversidad de especialidades y la formación internacional de nuestros profesionales nos permiten abordar cada caso desde múltiples perspectivas, enriqueciendo el diagnóstico y optimizando el plan de tratamiento. Esto se traduce en diagnósticos más certeros, tratamientos más eficaces y, lo más importante, una atención más humana y holística.

“La detección precoz es, en la mayoría de las patologías urológicas, la clave para un tratamiento exitoso y menos invasivo”

En UROGY, la alta tecnología es una herramienta poderosa que ponemos al servicio de la salud, pero nunca un sustituto del trato humano. Entendemos que la tecnología debe complementar, no reemplazar, la conexión médico-paciente. Por ello, en cada consulta y procedimiento, nos aseguramos de que cada paciente sea escuchado con atención, informado de manera clara sobre su condición y opciones, y tratado con la máxima empatía y respeto.

Mirando hacia el futuro, ¿cuáles son los próximos retos o líneas de desarrollo que se han marcado en UROGY para seguir avanzando en innovación urológica, y qué mensaje le gustaría transmitir a la población andaluza en relación con la importancia del cuidado urológico?

Nuestros próximos retos se centran en consolidar nuestra posición como referente en urología avanzada. Continuaremos con la incorporación de inteligencia artificial en el diagnóstico por imagen, no solo para el cáncer, sino para otras patologías urológicas, buscando la máxima precisión. Y es que, estamos seguros de que la inteligencia artificial nos permitirá diagnosticar antes y de manera más precisa los casos de cáncer y otras enfermedades. La formación continua de nuestros especialistas en técnicas emergentes y en los últimos avances científicos es una prioridad absoluta, garantizando que nuestro equipo esté siempre a la vanguardia del conocimiento.

A la población andaluza, me gustaría transmitir un mensaje claro y contundente: la salud urológica es fundamental para el bienestar general y la calidad de vida. No esperen a que los síntomas se agraven o se vuelvan insoportables. La detección precoz es, en la mayoría de las patologías urológicas, la clave para un tratamiento exitoso y menos invasivo.



Dr. Alfonso Carmona: “La atención integral y la innovación son la clave de nuestro modelo pediátrico”

ENTREVISTA

DR. ALFONSO CARMONA
FUNDADOR Y DIRECTOR
MÉDICO DE GRUPO IHP

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Para comenzar, ¿podría explicarnos brevemente cuál es la filosofía de atención de Grupo IHP?

En Grupo IHP creemos que la atención integral del paciente infantil es fundamental. Esto significa no solo tratar la enfermedad de manera eficaz, sino también cuidar de todos los aspectos del desarrollo del niño, su bienestar emocional y el acompañamiento constante a la familia. Nuestro enfoque se basa en tres pilares: especialización, coordinación entre profesionales y constante innovación tecnológica y científica para ofrecer los mejores estándares de calidad posibles.

Para nosotros, cada niño es único, y por ello cada plan de atención se diseña de manera individualizada, ajustándose a sus necesidades concretas, considerando factores médicos, psicológicos y sociales. Además, entendemos que la atención pediátrica no se limita a la enfermedad, sino que también incluye la prevención, la educación para la salud y el fomento de hábitos saludables desde la primera infancia.

¿Cuáles considera que son las principales diferencias de su modelo respecto a otros?

La principal diferencia es la integración completa de todas las especialidades pediátricas bajo un mismo paraguas, con profesionales altamente cualificados y con formación continuada. No se trata únicamente de ofrecer un servicio médico, sino de garantizar que cada especialidad funcione de manera coordinada, de manera que el niño reciba una atención holística.

Además, incorporamos tecnologías avanzadas de diagnóstico y tratamiento, que van desde la telemedicina hasta técnicas de imagen de última generación, y desarrollamos programas de investigación que nos permiten estar a la vanguardia y anticiparnos a posibles necesidades futuras. Por otro lado, fomentamos un entorno en el que la familia participa activamente, en-



tendiendo que su involucramiento es clave para el éxito de cualquier tratamiento o programa preventivo. Esta filosofía nos distingue y nos permite generar un modelo sostenible y altamente eficaz, centrado en la calidad y en la seguridad del paciente.

Hablando de innovación, ¿qué proyectos recientes destacarían en Grupo IHP?

Actualmente tenemos varios proyectos muy relevantes en marcha. Uno de ellos es el desarrollo de unidades especializadas en neonatología y en enfermedades raras, donde equipos multidisciplinares trabajan de manera coordinada y con protocolos específicos para cada condición.

Otro proyecto muy importante es la implementación de sistemas de telemedicina, que nos permiten el seguimiento de pacientes crónicos desde sus hogares, optimizando recursos y reduciendo desplazamientos innecesarios. También contamos con programas de prevención temprana, centrados en áreas como salud digestiva, respiratoria y desarrollo neurológico, con el objetivo de detectar posibles problemas antes de que se conviertan en patologías graves.

La investigación clínica es otra línea prioritaria. Gracias a ella, podemos ofrecer tratamientos personalizados y más efectivos, evaluar nuevas terapias y contribuir al avance de la pediatría a nivel nacional e internacional. En resumen, la innovación está presente en todos nuestros procesos, desde la

atención directa al paciente hasta la investigación y la gestión sanitaria.

¿Cómo afrontan la formación y retención de profesionales en un sector con tanta demanda?

Es un reto constante y muy exigente. Para abordarlo, formamos a nuestros propios profesionales mediante programas de residencia, formación continuada y colaboraciones estrechas con universidades y centros de investigación. También promovemos un entorno de trabajo motivador, donde los médicos y especialistas pueden participar en proyectos de investigación, asistir a congresos internacionales y acceder a oportunidades de crecimiento profesional.

Además, hemos abierto las puertas a médicos internacionales, facilitando su integración y con-

validación de títulos, para cubrir necesidades críticas de ciertas especialidades. La combinación de formación, desarrollo profesional y un entorno laboral positivo nos permite retener talento altamente cualificado, asegurando la continuidad y la excelencia en la atención.

¿Nos podría explicar cómo funciona ese proceso de integración de médicos extranjeros?

Sí, por supuesto. Médicos que llegan de otros países pueden incorporarse inicialmente como médicos generales, lo que les permite familiarizarse con los protocolos locales y con la organización del grupo. Posteriormente, si cumplen con los requisitos y lo desean, pueden especializarse en pediatría o en otras áreas donde exista necesidad. Durante todo el

proceso, reciben formación continua y mentoría de profesionales experimentados, asegurando que su práctica cumpla con los estándares de Grupo IHP. Este modelo no solo beneficia a los médicos, que obtienen experiencia y formación de alto nivel, sino también a los pacientes y a la sociedad, porque garantiza la disponibilidad de profesionales capacitados y comprometidos.

Cambiando un poco de tema, en cuanto a la expansión del grupo pediátrico andaluz y la apertura de nuevas instalaciones, ¿cuáles son los planes a corto y medio plazo?

La expansión siempre está ligada a la disponibilidad de profesionales. Abrir un nuevo centro sin personal cualificado no tendría sentido. Dicho esto, tenemos proyectos de crecimiento en varias provincias, sobre todo en Andalucía y en la costa, donde hemos detectado una necesidad de atención pediátrica integral de alta calidad.

Además, estamos ampliando nuestra presencia en especialidades de salud mental, neurología y prevención en adultos, creando un modelo sostenible que combine profesionales motivados, tecnología de última generación y programas de investigación. La idea es que cada nuevo centro mantenga los estándares de excelencia de nuestros centros actuales, garantizando que la atención sea uniforme, de calidad y centrada siempre en el paciente y su familia.

Finalmente, Alfonso, ¿cuál cree que será el principal desafío del sector pediátrico en España en los próximos años y cómo se prepara Grupo IHP para afrontarlo?

El principal desafío es la falta de profesionales y la presión asistencial, sumado al envejecimiento de la población y la baja natalidad. Esto genera la necesidad de adaptar los modelos de atención, centrándonos en la calidad y no en la cantidad de pacientes atendidos.

La incorporación de nuevas tecnologías será fundamental para optimizar recursos, mejorar la eficiencia y garantizar que todos los niños reciban la atención que necesitan. En Grupo IHP nos preparamos invirtiendo en formación continua, innovación tecnológica y proyectos de investigación.

Nuestro objetivo es seguir siendo un referente en pediatría integral, expandiendo nuestro modelo a nuevas áreas y garantizando siempre que el niño y la familia estén en el centro de todas nuestras decisiones. La combinación de profesionales cualificados, innovación constante, compromiso con la atención integral y participación activa de la familia es, sin duda, la clave de nuestro éxito y la base para afrontar con solvencia los retos futuros del sector pediátrico en España.





Marta Baturone: “Somos el puente entre toda esa gente que quiere ayudar y los proyectos”



ENTREVISTA

MARTA BATURONE
PRESIDENTA Y
VOLUNTARIA EN
FUNDACIÓN RETOS
AZULES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Vamos a empezar por lo más reciente que son esos espacios azules donde se alojan las charlas sobre salud mental dirigidas a niños y adolescentes. ¿En qué consisten y cómo se están desarrollando?

El Espacio Azul es el cuarto reto de la Fundación y nace de la necesidad de ayudar y hablar sobre salud mental Infanto juvenil. Y para ello, decidimos trabajar en dos direcciones. La primera, implantar un espacio nuevo en ocho hospitales de Andalucía para las Unidades de Salud Mental Infanto Juvenil, donde poder ofrecer a los niños y adolescentes terapia de realidad inmersiva, a través de una herramienta innovadora que proyecta vídeos en 360 grados.

Y la segunda línea de trabajo son las Charlas Azules. Diez charlas donde los protagonistas son adolescentes que han sufrido o sufren algún problema de salud mental. El objetivo es darles voz, escucharlos y entenderles, acompañados por un profesional que ayude a padres y familiares a entender las enfermedades de salud mental de tantos jóvenes y moderados por el gran profesional Manu Sánchez.

La Fundación Gancho Infantil está detrás de todas estas iniciativas azules, que comenzaron con las azoteas azules para los niños ingresados en los hospitales andaluces. ¿En qué punto está este proyecto y qué balance se puede hacer una vez pasado algún tiempo de su puesta en marcha?

La buena noticia es que ya somos la Fundación Retos Azules. Ese es uno de los bonitos cambios naturales después de ocho años y después de cuatro retos azules... Arrancó con La Azotea Azul con la que, además de crear ese espacio mágico, pudimos aprender y valorar el trabajo de tantos y tantos voluntarios.

¿Qué consiguió el primer reto? Creo que consiguió concienciar un poco más a las entidades públicas y privadas que los hospitales deben tener un espacio al aire libre para pacientes y familiares. Es una necesidad que ya vamos tarde en cubrirla en muchas ciudades. Después de esa azotea han llegado muchas otras gracias a otras entidades sin ánimo de lucro o a los mismos hospitales que cada día van humanizándose un poco más.

Nuestro trabajo aquí consiste en garantizar su sostenibilidad y a raíz de esa azotea, seguir detectando necesidades tan básicas como fueron los siguientes proyectos, El Sillón Azul, sillones camas para todas las habitaciones de pediatría de Andalucía o el reto Tu Casa Azul, la que hoy es la Casa Ronald McDonald de Sevilla.

Tu Casa Azul es otro de los grandes proyectos en colaboración con la Fundación Ronald Mac Donald.

Y quizá de los más duros que hemos vivido en estos años, por tres razones. Por el momento en que lo arrancamos, en plena pandemia con lo que ello arrastró, por la envergadura del proyecto, con un coste de tres millones de euros, y por trabajar de la mano con otra gran entidad que, aun compartiendo mismos objetivos, debíamos conseguir que el barco llegara a buen puerto, como así fue ¡tres años después. Hoy es un



hogar donde por fin pueden vivir hasta 20 familias y centrarse exclusivamente en la enfermedad de sus hijos, la Casa Ronald McDonald de Sevilla.

Al margen de estos proyectos concretos, organizan ustedes a menudo eventos para recaudar fondos para fines benéficos. Detállenos esta labor.

Somos más de 200 voluntarios y gracias a ellos y a cientos de personas que se han acercado a la Fundación, se han hecho más de 500 iniciativas de todo tipo. Todas ellas con el mismo objetivo, financiar y dar difusión a los retos que nos proponemos juntos. Somos el puente entre toda esa gente que quiere ayudar y los proyectos.

Además, organizamos cuatro acciones durante el año desde la misma entidad: un sorteo de arte con más de 50 artistas, un mercadillo de juguetes en Navidad, El Pescaíto Azul en Feria y Chefs Azules, un gran evento gastronómico solidario con la participación de más de 30 chefs, capitaneado por Enrique Sánchez. Todos ellos son posible gracias a la ayuda de voluntarios, empresas y colaboradores que se unen cada año para aportar su granito de arena a cada reto azul.

¿Cuáles son los retos “azules” futuros que ustedes se plantean? ¿Cómo se puede colaborar con ellos?

Estamos en lo que llamamos “momento de transición”. Hemos

conseguido terminar de financiar los espacios azules, pero ahora hay que implantarlos. Ya están abiertos tres espacios, pero dependemos del SAS para garantizar la sostenibilidad de los otros cinco. Para ello esperamos resultados de informes de los hospitales donde ya están funcionando y garantizar su usabilidad.

Mientras, seguimos trabajando con las charlas azules, con un impacto de más de 800.000 visualizaciones, donde cualquier persona puede ayudar solo compartiendo los vídeos que vamos colgando o las mismas charlas, hablando de ellas y haciéndolas llegar a gente que sabe que le puede ser útil.

También ayudamos en lo que nosotros llamamos “mini retos”, pequeños proyectos que surgen en momentos puntuales de necesidad como fue en pandemia, durante la guerra de Ucrania y ahora con un colegio en Uganda intentando terminar las obras que necesitan.

Pero sobre todo son meses de investigación profunda, trabajando en posibles proyectos que llegan a la Fundación para darle forma al que será el quinto reto para seguir siendo una entidad de referencia en la concienciación de la humanización de la salud. Es un trabajo de varios meses buscando la mejor opción, el mayor número de beneficiarios, la mejor manera de hacerlo llegar a la sociedad y garantizando su sostenibilidad antes de arrancar.

Cualquier persona tiene las puertas abiertas en la Fundación Retos Azules, como voluntario, como profesional si quiere aportar su trabajo, o como colaborador, creando su propia iniciativa. Solo tiene que escribirnos a fundacion@retosazules.org, contaros su propuesta y entre todos le damos forma. Y por supuesto, con vuestros donativos, grandes montañas se consiguen con granitos de arena. No podemos ni queremos dejar de dar las gracias siempre a todos esos corazones azules.





Raúl de Mula Moreno: “La innovación en proteínas alternativas representa una gran oportunidad para el futuro del sector agroalimentario andaluz”

ENTREVISTA

RAÚL DE MULA MORENO

AURORA INTELLIGENT NUTRITION. MIEMBRO DEL GRUPO OPERATIVO LOOKING4PRO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Qué motivaciones dieron lugar al nacimiento del Grupo Operativo Looking4Pro y cuáles son sus principales objetivos?

Con el crecimiento de la población y el mayor consumo de productos animales, la demanda de alimentos no para de subir. Así mismo, el sector agrícola se enfrenta a retos como el cambio climático o la pérdida de suelo fértil. Por eso, es clave buscar nuevas formas de producir alimentos. La transición hacia proteínas alternativas es una gran oportunidad para el sector, aunque también conlleva importantes desafíos tecnológicos y sociales

LOOKING4PRO, tiene como objetivo principal, investigar nuevas fuentes de proteínas alternativas sostenibles que permitan desarrollar alimentos proteicos capaces de reducir la presión medioambiental asociada a los sistemas convencionales de producción animal. Para ello, se centra en el estudio de tres materias primas de alto interés nutricional: insectos, microalgas y otros microorganismos, no solo por su elevado contenido proteico, sino también por su aporte en compuestos funcionales como ácidos grasos, vitaminas y antioxidantes.

Looking4pro es un proyecto innovador presentado en la convocatoria para el año 2023 de subvenciones para la creación y el funcionamiento de grupos operativos de la Asociación Europea de Innovación (AEI) en materia de productividad y sostenibilidad agrícolas para la realización de proyectos piloto y el desarrollo de nuevos productos, prácticas, procesos y tecnologías en los sectores agrícola, alimentario y forestal, en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2022.

¿Con qué materias primas se ha trabajado para la obtención de proteínas no convencionales?

El consorcio del proyecto está formado por empresas de diferente índole y con una estrategia común dirigida a avanzar en el estudio de estas fuentes de proteínas.

Como decía anteriormente, en el marco del proyecto hemos trabajado con tres fuentes principales de proteínas: insectos, microalgas y proteínas microbianas. Cada una de ellas ha sido abordada por una entidad del consorcio especializada. Por un lado, el centro tecnológico TECNOVA se ha encargado del estudio de insectos, aplicando su conocimiento en la cría de diferentes especies para mejorar su perfil nutricional y adaptarlo a usos alimentarios. BIORIZON BIOTECH ha centrado sus esfuerzos en el cultivo de microalgas, ajustando distintos parámetros de producción para favorecer la síntesis de metabolitos de interés.

DOMCA ha liderado el desarrollo de proteína microbiana, aprovechando su experiencia en fermentación y cultivo de microorganismos a gran escala para explorar nuevas soluciones sostenibles. Y AURORA INTELLIGENT NUTRITION, beneficiario principal, ha utilizado las materias primas para diseñar nuevos alimentos proteicos, mientras que LANDALUZ clúster ha gestionado la difusión, acercando los resultados al consumidor y al entorno científico.

¿Cuáles han sido las principales fases del proyecto y qué metodología se ha seguido en cada una de ellas?

El proyecto ha tenido una duración de 24 meses, y ha seguido un plan de trabajo dividido en las siguientes fases:

-Documental: Estudio de las nuevas materias primas, de los parámetros de cultivo/cría y el desarrollo de sistemas sostenibles para la obtención de proteínas y/o



lípidos de insectos, microalgas y microorganismos.

-Experimental: se ha centrado en la caracterización y selección de materias primas con alto valor añadido, procedentes de distintos sistemas de producción. A partir de ellas, se ha diseñado un proceso de extracción, evaluación y estabilización de las fracciones proteicas y otros compuestos de interés. Posteriormente, han sido empleadas en la obtención y evaluación de alimentos proteicos, con el objetivo de validar su aplicabilidad en el desarrollo de nuevos productos alimentarios.

-Redacción del informe final: Se ha trabajado en exponer y combinar de forma clara y concisa los resultados obtenidos a lo largo de las distintas actividades contempladas en el plan de trabajo.

-Divulgación: desarrollada de forma continua a lo largo del proyecto, en paralelo al resto de actividades. Para ello, se ha implementado un plan de comunicación activo desde el inicio, con el objetivo de dar visibilidad a los avances y resultados en cada etapa del proyecto.

¿Cuáles son las conclusiones más destacadas obtenidas tras la ejecución del proyecto?

Cada uno de los miembros del consorcio ha abordado líneas de trabajo específicas en función de su especialización, lo que ha permitido avanzar en paralelo, obteniendo unos resultados muy favorables.

TECNOVA ha evaluado tres fuentes de proteína alternativa -Arthrospira sp., Chlorella vulgaris y Tenebrio molitor— aplicando distintos protocolos de extracción y enriquecimiento. Todas presentaron un alto contenido de proteína bruta, destacando el Tenebrio molitor, que es el que conocemos comúnmente como el gusano de la harina, que alcanzó hasta un 72%. Por su buen perfil nutricional, se optó por utilizar la biomasa completa, maximizando su valor y reduciendo costes.

DOMCA han logrado importantes avances en la obtención de proteína de origen unicelular, seleccionando una cepa de levadura de alto valor nutricional y optimizando su fermentación para el escalado industrial. El producto resultante, homogéneo y bajo en ácidos nucleicos, presenta buen comportamiento organoléptico y se integra fácilmente en alimentos, siendo ideal para enriquecer productos proteicos o desarrollar alternativas a los de origen animal.

Biorizon Biotech ha trabajado con tres especies de microalgas, autorizadas para la alimentación humana, Arthrospira sp., Chlorella vulgaris y Tetraselmis chuii, seleccionando finalmente Arthrospira y Chlorella por su mayor contenido proteico. Se optimizó su cultivo con fertilizantes agrícolas y se mejoraron los procesos de cosechado y estabilización. La liofilización fue el método elegido de secado por su capacidad para preservar el valor nutricional y los compuestos bioactivos.

AURORA Intelligent Nutrition, se centró en crear alimentos funcionales a base de proteínas alternativas, destacando el desarrollo de barritas proteicas. Se probaron distintas combinaciones con microalgas, insectos, levaduras y mezclas de todas ellas. El resultado fueron cuatro prototipos con entre un 0,5% y un 10% de proteína. La barrita con proteína de levadura fue la más equilibrada en sabor y valor nutricional, gracias a su perfil neutro y alto contenido proteico.

Por su parte, LANDALUZ, ha trabajado en la difusión de estos avances y conclusiones para que los mismos lleguen a empresas y resto de stakeholders del ámbito agroalimentario.

¿Qué papel puede desempeñar este tipo de innovación en el futuro del sector agroalimentario andaluz y en su posicionamiento a nivel europeo?

La innovación en proteínas alternativas representa una gran oportunidad para el futuro del sector agroalimentario andaluz. En Looking4Pro apostamos por este tipo de avances porque permiten diversificar las fuentes de proteína, reducir la dependencia de materias primas importadas y minimizar el impacto ambiental de la producción alimentaria.

Proyectos como Looking4Pro colocan a Andalucía en la vanguardia de la innovación alimentaria, fortaleciendo su competitividad y atractivo en los mercados internacionales. Esta línea de trabajo no solo refuerza la sostenibilidad del sector, sino que también abre nuevas vías de valor añadido, empleo cualificado y colaboración público-privada. En definitiva, es una oportunidad para posicionarnos como referente europeo en bioeconomía y transición alimentaria.





ENTREVISTA

LUIS MANUEL GRANADOS LLAMAS
DIRECTOR MÉDICO Y ADMINISTRADOR SOCIEDAD HISPALENSE DE ANESTESIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cómo está influyendo la medicina personalizada en la práctica diaria de la anestesia?

Tanto en la medicina en general, como en la anestesiología en concreto, el concepto actual de medicina personalizada todavía es algo muy incipiente. Desde siempre nuestro objetivo ha sido centrar nuestra actuación en cada paciente concreto, pero ¿desde dónde se obtienen los datos para personalizar ese trato al paciente?. Hasta hace poco solo contábamos con la entrevista personal, antecedentes personales y familiares, con la documentación clínica registrada, y con los resultados de las pruebas complementarias. Con este nuevo enfoque, se introducen nuevos pará-

Luis Manuel Granados Llamas: “Hispalense de Anestesia trabaja por la profesionalización de sus distintos estamentos”

metros como marcadores genéticos y bioquímica molecular, que aportan datos más exactos y objetivos, entramos en una medicina de precisión.

Estos parámetros nos ayudan a detectar variaciones genéticas que pueden influir en la aparición de complicaciones en el entorno de una cirugía, y nos permite predecir como va a responder cada persona a determinados medicamentos, de esta forma podemos elegir los fármacos más adecuados, ajustar las dosis y evitar efectos secundarios innecesarios.

Con el futuro desarrollo y accesibilidad a estas pruebas genéticas y biomoleculares, seremos capaces de evaluar de una forma más objetiva y precisa la probabilidad de que un paciente pueda presentar determinadas complicaciones en el contexto de una cirugía bajo anestesia, pero todavía su uso no está generalizado, ya que son de difícil acceso.

¿Qué papel están empezando a jugar tanto la Inteligencia Artificial como el Big Data en la planificación anestésica y la seguridad del paciente?

En referencia al Big Data, la digitalización en los hospitales nos ha permitido contar cada vez con bases de datos más completas. Estamos convencidos de que aprender a ana-

lizar e interpretar correctamente esta información nos permitirá en un futuro temprano orientar mejor nuestras acciones, mejorando nuestros servicios y la atención de nuestros pacientes. Nos dirigimos a una medicina de valor, en lugar de centrarnos en la cantidad de servicios prestados, optimizaremos el uso de los recursos, con mejores resultados clínicos.

En definitiva, una atención más eficiente y centrada en el paciente.

En cuanto a la Inteligencia Artificial es un campo en el que estamos comenzando, hay programas de consulta con los que llevamos más de un año trabajando, médico y paciente entablan una conversación y la Inteligencia Artificial elabora el informe. Los primeros



resultados nos hicieron desconfiar de su aplicación clínica, pero su continua capacidad de autoaprendizaje y evolución nos ha convencido de que este es el camino. A día de hoy nos permite centrarnos en la atención al paciente, desplazar la mirada del teclado del ordenador a la persona que tenemos en frente. Con su capacidad de mejora, estos sistemas, además de optimizar diagnósticos y tratamientos, nos consiguen apartar de los problemas puramente administrativos o burocráticos.

¿Qué retos actuales enfrenta la formación de los nuevos anestésistas y cómo se están preparando para afrontarlos?

En los últimos años, tanto en el sistema de salud público como en el privado, hemos observado una tendencia creciente a delegar en el personal de enfermería funciones asistenciales propias de los médicos especialistas, por motivos de eficiencia económica, se prioriza el ahorro económico por encima del criterio profesional. La formación de un anestesiólogo es altamente especializada, exige años de estudio, de formación continua y de experiencia clínica intensiva. Su sustitución por profesionales de otros estamentos supone una infravaloración de la especialidad y un riesgo directo para la seguridad del paciente. Rebajar los estándares de formación en un área tan delicada no es una medida de eficiencia sino de precarización. Defender el papel del anestesiólogo no es una cuestión corporativa, sino una exigencia de rigor médico y de respeto al derecho del paciente a ser atendido por un profesional debidamente cualificado.

Como grupo participamos de la formación continuada de nuestros profesionales, con financiación y organización de cursos de formación, en el mismo sentido varios de nuestros compañeros ejercen como profesor en la formación universitaria de los futuros médicos, tanto en el ámbito público como privado.

Para concluir nos gustaría conocer, ¿cuáles son los principales proyectos de la Sociedad Hispalense de Anestesia, tanto a corto como a medio plazo?

Seguimos trabajando en la misma línea desde hace varios años, queremos formar a nuestros equipos, no solo en la parte médica, sino también en escuela de negocios, que los médicos salgan un poco en su zona de confort y sepan que nos encontramos en un entorno que obliga a profesionalizarse como empresa. No queremos limitarnos a ser simplemente una empresa de servicios, sino ser proactivos, captar clientes (grupos hospitalarios, aseguradoras y equipos quirúrgicos) y participar con otras sociedades médicas.

Seguiremos trabajando en temas de comunicación, dar visibilidad a la especialidad, que la gente conozca lo que hacemos. Para ello, debemos estar presentes en redes sociales con minivideos educativos que explican nuestra labor, con charlas explicativas para estudiantes de medicina y residentes de la especialidad, con entrevistas en medios, y con participación en foros científicos.

Es decir, se están adaptando a los nuevos tiempos, ya que estas nuevas tecnologías han irrumpido de manera satisfactoria dentro de la medicina, y más concretamente, en su campo, la anestesia.

Exactamente, las nuevas tecnologías se han integrado de forma irreversible en el ámbito médico. Quienes no se adaptan corren el riesgo de quedarse obsoletos, negarse a evolucionar es renunciar a avanzar.





Blanca Fernández: “El COOOA ha reforzado su rol como organización activa en la defensa de la salud visual de Andalucía”

ENTREVISTA

BLANCA FERNÁNDEZ
PRESIDENTA COLEGIO OFICIAL
DE ÓPTICOS-OPTOMETRISTAS DE
ANDALUCÍA (COOOA)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Nos gustaría saber, ¿cómo ha evolucionado o se ha redefinido el papel del COOOA en el último año, especialmente ante los desafíos y oportunidades emergentes en el ámbito de la salud visual en Andalucía?

Durante el último año el COOOA ha reforzado su rol como organización activa en la defensa de la salud visual de Andalucía. Hemos ampliado nuestra presencia en medios de comunicación, campañas sociales, foros profesionales, etc. Todo ello para sensibilizar a la población sobre la importancia que tienen las revisiones visuales y también para poner en valor el papel del óptico-optometrista.

En este sentido, hemos abordado retos importantes, como el crecimiento de problemas en la población infantil, que es una preocupación que hemos trasladado públicamente, el envejecimiento visual, el impacto del uso de pantallas y la necesidad de mejorar la atención visual en zonas rurales.

Además, desde el Colegio hemos intensificado este tipo de acciones, tanto a nivel informativo como formativo, así como de representación con las instituciones.

No cabe duda de que la adaptación a los avances tecnológicos es fundamental. Más allá de los avances, ¿podría compartir unos ejemplos concretos de cómo están apoyando a sus colegiados para integrar las últimas tecnologías en su práctica diaria en Andalucía?

Por supuesto. Apostamos de forma decidida y segura por la formación, es una herramienta clave para integrar los avances tecnológicos en la práctica diaria.

En los últimos meses hemos impulsado cursos específicos de formación sobre Inteligencia Artificial aplicada a la práctica optométrica, innovación en el diagnóstico, tratamiento visual, ortoqueratología avanzada, técnicas y manejo de casos complejos, actualización en farmacología, etc. Estas acciones formativas no solo permiten conocer las nuevas tecnologías, sino también aplicarlas con rigor y seguridad, que es lo que el COOOA pretende conseguir, tanto con los colegiados como con la ciudadanía. Contamos con seminarios prácticos y guías técnicas alineadas con las necesidades reales de formación de nuestros colegiados.

En relación con la promoción de la investigación y el desarrollo que, sin duda, es tan relevante, ¿qué proyectos de investigación específicos con participación de ópticos-optometristas andaluces se han impulsado en el último año? ¿Existen nuevas plataformas o mecanismos para fomentar esta participación a nivel regional?

Desde el COOOA promovemos la participación e investigación desde diferentes frentes. En este último año hemos visualizado estudios realizados por colegiados andaluces en colaboración con universidades, como los que se presentaron en nuestras Jornadas Andaluzas Formativas.

Hace unos años creamos la Cátedra de Optometría Daza de Valdés junto con la Universidad de Sevilla, donde se realizan y se promueven proyectos de investigación de



muchos tipos y son reconocidos en los distintos actos de graduación de las promociones de estudios de Óptica y Optometría.

En cuanto a las iniciativas de responsabilidad social para promover la salud visual en la comunidad andaluza, ¿se han lanzado nuevas campañas o programas de concienciación con un enfoque renovado?

Una de las más recientes es una campaña en colaboración con ayuntamientos y centros escolares enfocado a la salud visual infantil. A través de estudios hemos valorado los resultados y hemos comprobado que se han visto

incrementado los problemas visuales entre los menores andaluces. A partir de estos datos, informamos a las familias y a los docentes de la importancia de realizar revisiones visuales con frecuencia, como una herramienta preventiva.

Organizamos a los colegiados que quieran asistir de manera voluntaria a dar estas charlas informativas y, gracias a la colaboración de diferentes ayuntamientos que nos ayudan a difundir y llegar a más colegios, esta campaña está teniendo mucho éxito, tanto que en septiembre la retomaremos con nuevas sesiones.

A través de nuestras redes también compartimos nuestros proyectos y realizamos una gran labor de divulgación para llegar al máximo número de personas posibles con un vocabulario sencillo y cercano.

También participamos activamente en acciones como la Semana de la Optometría y efemérides como los días mundiales del glaucoma, la miopía, el óptico-optometrista, la visión, las lentes de contacto... difundiendo información y realizando un trabajo importante de prevención.

Para concluir, mirando hacia el futuro y con la perspectiva de 2025, ¿cuáles son los principales retos que el COOOA identifica para la profesión de óptico-optometrista en Andalucía en los próximos 2-3 años?

Como comentaba, me gustaría volver a destacar este programa de formación tan completo con el que contamos, basado en optometría clínica avanzada, neurorrehabilitación, control de miopía, comunicación, conducción, baja visión, etc.

De cara a los próximos años, podemos resumirlo en cuatro frentes. En primer lugar, el refuerzo del reconocimiento institucional del óptico-optometrista como personal sanitario fundamental en la prevención y detección precoz de patologías visuales. Estamos en primera línea, somos un colectivo colegiado con estudios universitarios y reconocidos por la Ley de Colegios Profesionales, con lo cual deberíamos tener ese reconocimiento institucional.

En segundo lugar, la adaptación continua al avance tecnológico, como he comentado, organizando a nuestros profesionales que estén preparados para integrar y tener herramientas como la Inteligencia Artificial o los nuevos modelos asistenciales para poder asistir a sus pacientes.

En tercer lugar, destacaría la lucha contra el intrusismo laboral. Para el Colegio es una prioridad, ya que es un problema grave en el sector, porque encontramos establecimientos donde por herencia existe este intrusismo y no es nada seguro para la población, ya que afecta directamente tanto a la seguridad del paciente como a la calidad de la atención.

Como un cuarto y último punto, consideramos fundamental la inclusión del óptico-optometrista en el Sistema de Salud Andaluz, como parte esencial de los equipos multidisciplinarios de atención primaria, contribuyendo a una sanidad más preventiva, accesible y eficiente. Este último punto es una reivindicación histórica, y por ello nos reunimos de manera periódica con la Consejería de Salud, ya que consideramos que es una necesidad real. Todas las comunidades autónomas cuentan con ópticos en el sistema público, pero en Andalucía aún no. Con la inclusión de los ópticos en el Sistema Sanitario Andaluz disminuiríamos las listas de espera y daríamos un servicio fundamental a la sociedad.





Paloma Cuenca: “La belleza está en resaltar lo mejor de cada persona, no en transformarla”

ENTREVISTA

PALOMA CUENCA
DIRECTORA DE LA
CLÍNICA GOLDEN



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Clínica Golden se ha consolidado como un centro de referencia en el cuidado de la imagen personal. Paloma, para para empezar nos gustaría preguntarle cómo definiría la filosofía y el enfoque diferencial de Clínica Golden frente a otros centros de medicina estética.

La diferencia de Golden con otros centros es que somos un centro integrativo, donde vemos al paciente de manera global. Los seres humanos no somos solo cuerpo físico: también tenemos cuerpo mental, emocional, espiritual y energético. Cuidar todas estas áreas es clave para alcanzar serenidad, salud y bienestar.

Contamos con un equipo multidisciplinar que armoniza todas estas dimensiones. Muchas personas cuidan su alimentación o hacen deporte, pero no logran sentirse felices porque descuidan otros aspectos de su ser. En Golden les guiamos en cada uno de estos ámbitos, ofreciendo un servicio integral que cubre todas las necesidades y especialidades del paciente.

Nos hemos dado cuenta de que la medicina estética crece a un ritmo vertiginoso. En España mueve unos 3.500 millones de euros anuales y casi la mitad de la población se ha sometido a algún tratamiento. Las redes sociales impulsan esta demanda, sobre todo en gente joven.

Como psicóloga, me preocupa que muchas personas quieran cambiar rasgos en lugar de embellecer. En Golden buscamos resaltar lo mejor de cada uno, no transformarlo. Nuestra labor también es educativa: recordar que la belleza está en la diferencia, no en que todos tengamos los mismos rasgos.

Estamos ante un sector en constante evolución y nos gustaría saber bajo su punto de vista cuáles son las tendencias más demandadas actualmente por sus pacientes. ¿Qué es lo que les piden cuando van a Clínica Golden?

En general, nuestros pacientes buscan naturalidad: verse con una cara y un cuerpo saludables, como si acabaran de salir del gimnasio, pero sin artificios. Aunque en redes sociales se promueven labios o facciones poco naturales, quienes acuden a Golden suelen pedir resultados armoniosos y reales, algo que nos diferencia.

La medicina estética requiere un alto grado de confianza. ¿Cómo trabajan desde Clínica Golden para garantizar la seguridad y la satisfacción de cada persona?

La base es la profesionalidad: médicos con años de experiencia y los mejores productos. Uno de los mayores problemas en España es el intrusismo: clínicas sin homologar o personas sin titulación que realizan tratamientos. Esto supone un riesgo para la salud. Insistimos en que el paciente acuda siempre a centros autorizados y profesionales cualificados. No deja de ser un acto médico y, como tal, implica riesgos que requieren estar en las mejores manos.

¿Qué tipo de tratamientos consideran imprescindibles para lograr un equilibrio entre belleza, salud y bienestar?

La psicología es fundamental. Antes de tratar el exterior, hay que conocerse por dentro: identificar fortalezas y debilidades, y a partir de ahí mejorar todos los aspectos de la vida. Vivimos en una sociedad mecanicista que nos empuja hacia fuera: tecnología, televisión, redes sociales... y poco tiempo para nosotros mismos. Necesitamos más introspección y cuidado interior.

¿Qué papel juega la innovación tecnológica en los tratamientos que ofrecen y cómo influye en los resultados?

La aparatología es uno de nuestros grandes aliados. Láser, radiofrecuencia y otras tecnologías permiten mejorar la piel por dentro y por fuera sin necesidad de inyecciones. Estimulan colágeno y elastina de forma natural, como hace el deporte. Creemos que el futuro de la estética está en estos tratamientos mínimamente invasivos, y en Golden invertimos constantemente en nueva tecnología.



En Golden apostamos por tratamientos naturales y mínimamente invasivos

Paloma, mirando hacia ese futuro, ¿qué novedades o proyectos están preparando para seguir ofreciendo un servicio de excelencia?

Hemos lanzado la PNI, que relaciona sistema digestivo, cerebro y emociones, aplicando psiconeuroinmunología para una nutrición más completa. La mayoría de problemas digestivos tienen un origen emocional o psicológico, y creemos que esta será una de las especialidades con más crecimiento este año.

En septiembre también apostaremos por el tratamiento hormonal para menopausia y andropausia, muy valorado en países como Estados Unidos o Japón pero poco trabajado en España. Es un enfoque preventivo y natural, que en muchos casos corrige síntomas que se confunden con depresión.

En cuanto a la psicología, tenemos herramientas, pero aún se conoce poco de la salud mental y a veces se diagnostica o medica sin un estudio profundo.

España es uno de los países que más ansiolíticos consume, incluso en edades tempranas. En Golden trabajamos para que los pacientes dejen de depender de ellos, buscando la causa real del problema, que muchas veces es emocional. Si tienes ansiedad, no basta con suprimirla: hay que entenderla y trabajar sobre su origen para que desaparezca de forma duradera.



ENTREVISTA

CRISTINA OJEDA
SUBDIRECTORA
LM TU SILUETA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Estamos en pleno verano, quizá ahora ya es demasiado tarde para plantearse adelgazar?

En absoluto. Nunca es tarde para empezar a cuidarse. El verano, al contrario de lo que muchas personas creen, puede ser un momento muy propicio para iniciar un cambio. Tenemos más tiempo libre, más flexibilidad horaria y, en muchos casos, más motivación para sentirnos bien. En LM Tu Silueta no entendemos la pérdida de peso como algo meramente estético ni limitado a una estación del año. Lo vemos como una oportunidad para mejorar la salud, ganar bienestar y recuperar el control sobre nuestros hábitos.

Muchos de nuestros pacientes comienzan en verano precisamente porque se sienten con más energía para dar ese primer paso. Desde luego, lo importante es comenzar, da igual si es julio, septiembre o enero. Cuidarse es un acto de amor propio que no tiene fecha de caducidad.

Ya pensando en septiembre ¿Qué se propone desde LM Tu Silueta?

Septiembre es un mes de renovación, de retomar rutinas, de marcar objetivos. En LM Tu Silueta nos gusta llamarlo “la vuelta a tí”, porque es un momento perfecto para priorizarse. Después de las vacaciones, muchas personas sienten la necesidad de volver a sentirse bien, equilibrar los excesos y retomar el control.

Desde nuestros centros proponemos programas integrales personalizados que combinan asesoramiento nutricional, tratamientos de estética avanzada y un seguimiento continuo que garantiza resultados reales y sostenibles. Además, durante septiembre lanzamos campañas especiales para facilitar ese primer paso, porque sabemos que muchas veces solo hace falta un pequeño empujón para iniciar un gran cambio.

¿Las personas que acuden a sus centros buscan simplemente perder kilos o buscan un cambio total de su vida?

Esa es una excelente pregunta, porque define muy bien el enfoque de nuestro trabajo. Es cierto que muchos de nuestros clientes llegan inicialmente con un objetivo de pérdida de peso, pero rápidamente descubren que lo que realmente buscan va mucho más allá.

En LM Tu Silueta apostamos por un enfoque holístico: tratamos

Cristina Ojeda: “En LM Tu Silueta no entendemos la pérdida de peso como algo meramente estético”



a la persona, no al número en la báscula. Nuestro equipo acompaña a cada cliente en un proceso de transformación que implica mejorar la alimentación, reducir el estrés, aumentar la autoestima y establecer hábitos duraderos.

Muchas veces, el verdadero cambio no es la pérdida de kilos, sino el cambio de mentalidad. Ver cómo una persona recupera la confianza en sí misma, se siente más ágil, más feliz y se reconcilia con su cuerpo es lo más gratificante de nuestro trabajo.

Están ustedes en plena fase de expansión. ¿Qué nuevos centros de LM Tu Silueta están ahora mismo a disposición del público?

Así es, estamos viviendo una etapa muy ilusionante. Actualmente contamos con dos centros propios, en Dos Hermanas y en Sevilla capital, que gestionamos directamente mi madre, Lola Ojeda, y yo.

“Muchas veces, el verdadero cambio no es la pérdida de kilos, sino el cambio de mentalidad. Ver cómo una persona recupera la confianza en sí misma”

A partir de ahí, comenzamos con el proceso de expansión a través del modelo de franquicias, y ya hemos abierto nuevos centros en Córdoba, Mairena del Aljarafe y Chiclana de la Frontera. Cada uno de estos centros mantiene la esencia de LM Tu Silueta, ofreciendo un trato cercano, profesional y personalizado, con

los mismos protocolos, formación y valores que nos han caracterizado desde el principio.

Nuestra idea nunca ha sido crecer por crecer, sino hacerlo de forma sólida, acompañando a cada franquiciado y asegurándonos de que la experiencia del cliente sea siempre excelente, esté donde esté.

Y ¿cuáles son sus planes de futuro?

Nuestro principal objetivo es consolidar lo que ya hemos construido, seguir creciendo de forma orgánica y mantener la excelencia en todos nuestros centros.

Estamos trabajando en abrir nuevas franquicias en otras provincias de Andalucía y del resto de España, siempre bajo un modelo de acompañamiento estrecho, con formación constante y herramientas que garanticen el éxito del franquiciado y la satisfacción del cliente.

Además, queremos seguir innovando. Estamos desarrollando

nuevas líneas de formación para profesionales de la nutrición y la estética, y también estamos digitalizando muchos de nuestros procesos para que nuestros clientes puedan tener una experiencia aún más completa, cómoda y adaptada a sus necesidades.

El futuro de LM Tu Silueta pasa por seguir transformando vidas, ampliando nuestro impacto, pero sin perder nunca nuestra esencia: un servicio de calidad, humano y basado en resultados reales.

Vivimos en la sociedad de la imagen. ¿Cuánto daño están haciendo las RRSS a su trabajo?

Las redes sociales tienen un doble filo. Por un lado, han democratizado el acceso a la información y pueden ser una herramienta maravillosa para inspirar, educar y motivar. Pero, por otro lado, también están llenas de mensajes tóxicos, comparaciones irreales y estándares de belleza inalcanzables que generan ansiedad, frustración y distorsión de la imagen corporal.

En LM Tu Silueta trabajamos mucho la parte emocional, porque sabemos que muchas personas llegan a nosotros con una relación muy deteriorada con su cuerpo. Intentamos desmontar mitos, explicar que no hay cuerpos perfectos y que lo verdaderamente importante es sentirse bien con uno mismo, cuidar la salud y construir un estilo de vida sostenible. No creemos en filtros ni en fórmulas mágicas. Creemos en el trabajo constante, en la educación y en el acompañamiento. Nuestro objetivo es que cada persona se mire al espejo con cariño, sin necesidad de compararse con nadie más.

¿Qué opina sobre hábitos como el ayuno intermitente, la eliminación de productos con gluten o lactosa de las dietas o las dietas milagro?

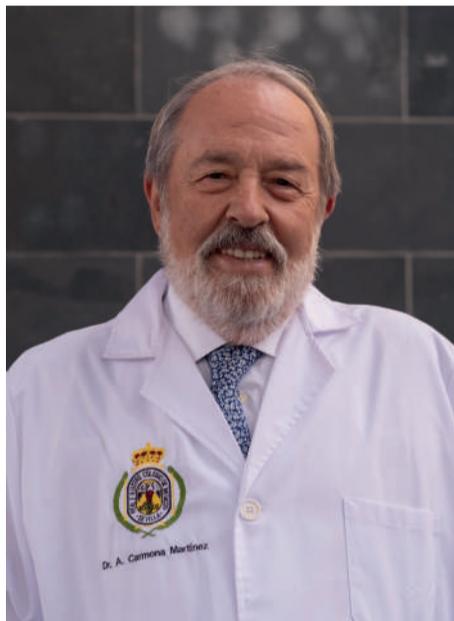
En nuestro equipo solo aplicamos métodos basados en la evidencia científica y adaptados a las características de cada persona. El ayuno intermitente, por ejemplo, puede ser una herramienta útil en determinados casos, pero no es válido para todo el mundo. Debe ser siempre supervisado por un profesional que evalúe si es adecuado en función del historial clínico, los objetivos y el estilo de vida del paciente.

En cuanto a la eliminación del gluten o la lactosa, solo tiene sentido si existe una intolerancia o una patología diagnosticada. No debemos eliminar alimentos por moda o por miedo, ya que eso puede generar déficits y desórdenes alimentarios.

Y sobre las dietas milagro, somos absolutamente contrarias. Prometen resultados rápidos a costa de la salud, generan efecto rebote y no enseñan a comer ni a sostener un cambio. En LM Tu Silueta trabajamos con educación nutricional, con realismo y con empatía. Preferimos un cambio lento pero duradero, que no una solución aparente que acabe empeorando la situación.



Dr. Alfonso Carmona: “Es fundamental un diálogo constructivo y constante con las administraciones para poder afrontar los desafíos que tiene la sanidad andaluza”



ENTREVISTA

DR. ALFONSO CARMONA
PRESIDENTE DEL CONSEJO
ANDALUZ DE COLEGIOS DE
MÉDICOS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Desde su posición al frente del Consejo Andaluz del Colegio de Médicos, ¿cómo valora el estado actual de la salud pública en Andalucía?

Mayoritariamente negativo y eso es preocupante porque, aunque los profesionales están haciendo un esfuerzo grande, desde el punto de vista asistencial no se está mejorando, especialmente en listas de espera, percepción médica y de los pacientes. A pesar de que este año se ha realizado una elevada inversión, quizá la más alta en 8 años, con un presupuesto de más de 15 mil millones de euros, seguimos teniendo un gasto sanitario por habitante de 1.748 euros, frente a una media nacional de 1.937 euros, lo que supone una diferencia considerable si lo multiplicamos por casi 8,5 millones de habitantes.

Además, existe un déficit importante de plantillas y unas condiciones laborales todavía precarias. Aunque ha habido una mejora en la duración de los contratos, siguen existiendo contratos demasiado cortos, que no benefician ni al médico ni al paciente, porque impiden la continuidad asistencial, fundamental para un buen seguimiento.

Es fundamental que las plazas se ocupen de forma estable para evitar la rotación constante. Por otra parte, la bolsa de trabajo no funciona bien y las listas de espera son elevadas y prolongadas, lo cual afecta gravemente al diagnóstico y tratamiento oportuno de los pacientes.

Podríamos decir que el principal desafío que ahora mismo afronta la sanidad en Andalucía, bajo su punto de vista, puede ser ese problema de las condiciones laborales y del personal.

No es solo un problema de personal, es más complejo. Hay un déficit de relevo generacional tremendo, falta de médicos especialistas y un gran porcentaje de profesionales que están próximos a la jubilación: aproximadamente un 33% de médicos tienen más de 55 años y en los próximos diez años se jubilarán más de 12.000, lo que agravará aún más el déficit.

Además, no se están tomando medidas eficaces para cubrir las plazas de atención primaria, pediatría y medicina familiar, sobre todo en zonas rurales o con difícil acceso. Esto sucede por condiciones laborales muy precarias, jornadas excesivas, sobrecarga asistencial y la falta de descansos adecuados, que generan una fuga constante de profesionales hacia otras comunidades o al extranjero. Las retribuciones también son insuficientes, incluso en comparación con otras comunidades españolas, sin hablar ya del resto de Europa.

No somos mejores ni peores médicos que en otros sitios; hacemos el mismo trabajo, pero necesitamos condiciones laborales y salariales iguales, con incentivos para quienes trabajan más y mejor. Si no, la fuga de profesionales continuará.

En esta línea, ¿qué medidas considera prioritarias para atraer y retener talento médico en Andalucía, especialmente en zonas rurales o de difícil acceso?

En primer lugar, hay que desburocratizar la atención primaria. El médico debe liberarse de tareas administrativas innecesarias para dedicar más tiempo a la asistencia clínica. Esto aumentaría la calidad del servicio y el bienestar del profesional.

Respecto a las zonas rurales, hay ejemplos en otras comunidades que pueden inspirarnos, como las Islas Baleares, donde se han

eliminado requisitos lingüísticos como hablar catalán o balear para cubrir ciertos puestos, y además se ofrecen incentivos como vivienda, mejores pagas, apoyo para escolarizar a los hijos y reconocimiento curricular. Por ejemplo, en Cataluña, estas mejoras pueden suponer hasta 9.000 euros anuales adicionales para un médico.

La vocación es fundamental, pero no puede suplir condiciones laborales dignas. Trabajar en entornos difíciles debe ir acompañado de una compensación justa por responsabilidad y esfuerzo.

Además, el binomio salud y deporte está cada vez más presente en la conversación pública. ¿Considera que la actividad física está suficientemente integrada en la práctica médica como una herramienta terapéutica?

No, rotundamente no. Soy pediatra y también entrenador nacional de natación, conozco bien el deporte de alto rendimiento y el deporte para la salud. Aunque hay un movimiento hacia su promoción, no está suficientemente desarrollado ni incorporado a la práctica clínica.

Antes existía la especialidad de Medicina del Deporte, que fue eliminada, y eso es un error porque no basta con recomendar hacer ejercicio, hay que saber qué tipo de actividad es la más adecuada para cada persona según su morfología, edad y capacidad física. Esto requiere una exploración física deportiva que no suele hacerse por falta de tiempo.

“El abandono de especialidades como Medicina del Deporte limita las opciones terapéuticas”

Los médicos intentamos aconsejar que los pacientes caminen, corran o realicen ejercicios, pero sin un seguimiento especializado y sin tiempo para exploración, el impacto es limitado. La incorporación del deporte como terapia debe ser más profunda y especializada para que sea efectiva.

Las investigaciones sobre salud y deporte existen y están avaladas. El problema es que para aplicarlas bien hay que explicarlas con tiempo, cosa que no siempre es posible en la consulta. Sabemos que el sedentarismo favorece enfermedades crónicas como diabetes, colesterol alto, problemas articulares, y que el ejercicio puede prevenirlas y tratarlas, pero requiere una aplicación personalizada que la estructura sanitaria no siempre permite.

Por otro lado, la proliferación de consejos de ejercicio en redes sociales lleva a que muchas personas practiquen actividades sin supervisión ni conocimiento, lo que provoca lesiones frecuentes. Esto también muestra la necesidad de integrar la medicina deportiva en la práctica clínica.

En un contexto donde la salud mental está cobrando mayor visibilidad, ¿qué acciones se están promoviendo desde la organización para apoyar tanto a la ciudadanía como a los propios profesionales?

La salud mental ha sido históricamente la gran olvidada de la sanidad, y en Andalucía estamos empezando a ver un reforzamiento en este sentido, lo cual celebro. La salud mental afecta profundamente la salud física y requiere un abordaje especializado.

Para ello, es fundamental la labor de psiquiatras, psicólogos, terapeutas y otros profesionales, que deben estar motivados y contar con recursos para atender a las personas con patologías mentales. Diagnosticar temprano y acompañar el tratamiento puede retrasar la aparición o el agravamiento de enfermedades como Alzheimer, demencia, bipolaridad o trastornos de personalidad.

Esta problemática afecta cada vez más a la juventud y la infancia, lo que es preocupante y exige vigilancia y acción.

Por último, Alfonso, ¿cuáles son las líneas estratégicas que marcarán el trabajo del Consejo Andaluz de Colegios de Médicos en los próximos meses?

Tenemos dos prioridades claras. La primera es poner en valor al médico y la importancia de la salud de las personas, situándolas en primer lugar en la política sanitaria. Queremos que se reconozca el valor y la dignidad del profesional médico.

La segunda prioridad es trabajar estrechamente con la Consejería de Salud, apoyándola en todo lo posible para mejorar las condiciones laborales y asistenciales, siempre que se nos permita participar. Representamos a todos los médicos y creemos que podemos ser una voz autorizada para colaborar en la mejora del sistema.

Reconocemos que ha habido dificultades para establecer un diálogo fluido con la administración, pero recientemente hemos retomado reuniones y hemos presentado propuestas concretas. Creemos que trabajar juntos es la única vía para mejorar la calidad de vida de los médicos y, con ello, la atención a los pacientes.

No nos callaremos ante problemas, denunciaremos lo que sea necesario, pero siempre con el objetivo de ayudar a que los profesionales tengan las condiciones que merecen y que la sanidad andaluza funcione mejor.





Rocío Porfirio: “Los establecimientos públicos están obligados a crear, implantar y mantener un sistema de gestión de seguridad alimentaria”



ENTREVISTA

ROCÍO PORFIRIO
CEO ACH CONSULTING

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Su empresa se dedica a la consultoría en calidad y sostenibilidad en la industria alimentaria. En estos meses de verano ¿Cuáles deben ser las normas a seguir para garantizar esta calidad alimentaria?

En verano, el calor y la humedad aumentan el riesgo de proliferación de bacterias y otros patógenos en los alimentos, así que la seguridad y calidad alimentaria requieren especial cuidado.

Podríamos hacer un resumen práctico, el cual podríamos aplicar a nuestro día a día: Primero estaría la compra y el transporte en donde hay que: verificar fechas de caducidad y estado del envase, elegir alimentos refrigerados o congelados al final de la compra, usar bolsas o neveras térmicas para el transporte de productos fríos o congelados, sobre todo si el trayecto es mayor a 30 minutos debido a las altas temperaturas y evitar que los productos crudos entren en contacto con alimentos listos para consumir.

Por otro lado la conservación y el mantenimiento, para eso es necesario: mantener el frigorífico a ≤ 4 °C y el congelador a ≤ -18 °C, no sobrecargar la nevera: el aire frío debe circular, guardar alimentos preparados en

recipientes herméticos y consumirlos en un máximo de 48–72 h y tener en cuenta que nunca se deben recongelar alimentos descongelados, salvo que hayan sido cocinados previamente.

En cuanto a la manipulación y preparación es fundamental el lavado de las manos antes, durante y después de manipular los alimentos, usar tablas de corte separadas para carne/pescados crudos y para verduras o pan, o en su defecto, lavar y desinfectar la tabla antes de cambiar de tipo de alimentos, descongelar siempre en refrigeración, nunca a temperatura ambiente. También en agua fría o microondas, pero, en tal caso, la elaboración es inmediata, cocinar completamente carnes, pescados y huevos y evitar que los alimentos preparados permanezcan más de 2 h a temperatura ambiente.

Respecto al consumo y servicio hay que mantener platos fríos refrigerados hasta servirlos, los platos calientes deben mantenerse a ≥ 65 °C hasta su consumo y hay que desechar cualquier alimento que haya estado más de 2 h fuera de refrigeración, aunque no huela, ni se vea mal.

Por lo que se refiere a bares y restaurantes. ¿Cómo podemos estar seguros de que cumplen todas las normas para garantizar nuestra salud alimentaria?

En bares y restaurantes, la seguridad alimentaria no es algo que dependa de la buena fe de la gerencia o dirección, sino que son Requisitos Legales que deben cumplir todos los establecimientos de restauración para controlar el riesgo asociado a su actividad y evitar las enfermedades de transmisión alimentaria. Los establecimientos públicos están obligados a crear, implantar y mantener un sistema de gestión de seguridad alimentaria y que les obliga a llevar registros y procedimientos que lo garanticen.

Por lo que se refiere a la salud ¿cómo han ido cambiando las normativas para que cada vez sea más seguro consumir cualquier producto alimentario ya sea dentro o fuera de casa?

La legislación evoluciona para garantizar la seguridad alimentaria abarcando desde la producción primaria hasta el consumo fuera y dentro de

casa. Algunos de los puntos clave serían: el enfoque preventivo basado en la gestión del riesgo, la trazabilidad, la información sobre alérgenos, normas estrictas para la manipulación, legislaciones específicas para los distintos sectores de la cadena alimentaria, políticas de sostenibilidad y alertas Sanitarias: Son comunicaciones oficiales emitidas por autoridades sanitarias competentes (p. ej., sanidad, agencias de seguridad alimentaria) para advertir sobre riesgos graves para la salud relacionados con un alimento o lote concreto, indicando medidas como retirada del mercado, cese de venta o recuperación del producto.

Usted es docente en la Escuela de Hostelería de Sevilla. ¿Qué contenidos se les imparten a los alumnos de hostelería? ¿Están los jóvenes concienciados con estas materias?

En los primeros cursos nos centramos en los Fundamentos de Seguridad alimentaria

En los cursos superiores, pasamos a enseñarles la gestión de la seguridad alimentaria en base a los conocimientos adquiridos en los cursos inferiores

Sobre la concienciación de los jóvenes, en general, la responsabilidad y concienciación aumenta, especialmente cuando los alumnos completan su formación en prácticas en hoteles y restaurantes donde observan normas estrictas, que les ponen de manifiesto la importancia de la seguridad alimentaria como prevención de la salud de los consumidores y como requisito legal que deben cumplir.

“La legislación evoluciona para garantizar la seguridad alimentaria abarcando desde la producción primaria hasta el consumo fuera y dentro de casa”



Los factores que influyen son: calidad de la formación, ejemplo de tutores y responsables, experiencia práctica en prácticas y la cultura de inocuidad del establecimiento donde realizan las prácticas.

Es clave reforzar la importancia desde el inicio del curso, con simulacros, evaluaciones prácticas de higiene, y proyectos que conecten teoría con situaciones reales de cocina.

Por lo que se refiere a la sostenibilidad. ¿Qué significa este término cuando se emplea en relación a la industria de la alimentación?

La sostenibilidad en la industria alimentaria significa producir, procesar y distribuir alimentos de manera que satisfagan las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas.

El ámbito de aplicación sería: Ambiental: reducir impactos como consumo de agua y energía, emisiones, residuos y uso de recursos naturales; fomentar la cadena de frío eficiente, la gestión de residuos y la reducción de desperdicio de alimentos; promover prácticas de agricultura y pesca sostenibles; Social: asegurar condiciones laborales justas y seguras, apoyar comunidades locales, facilitar el acceso a alimentos saludables, y responder ante necesidades especiales para personas con una sensibilización alimentarias con transparencia y Económica: mantener la viabilidad financiera de las empresas, promover cadenas de suministro resilientes, evitar prácticas que dañen la reputación o la continuidad del negocio y fomentar la innovación para soluciones sostenibles.

¿En qué niveles se mueve Andalucía en cuanto a la calidad y sostenibilidad alimentaria?

Progresando adecuadamente. Falta mucho por hacer, mucho por formar, por concienciar y por una mayor implicación de las administraciones para hacerlo real.

¿Cómo vislumbra el futuro en cuanto a estas materias?

El futuro de la sostenibilidad en la industria alimentaria se perfila con varias tendencias claves:

- Economía circular y reducción de desperdicio: donación de excedentes, valor energético de residuos, reciclaje y revalorización de subproductos.
- Cadena de suministro resiliente: trazabilidad avanzada con blockchain, sensores IoT y datos en tiempo real para reducir pérdidas y mejorar la seguridad.
- Eficiencia de recursos: eficiencia energética, agua y uso de envases ligeros, bioplásticos y reciclables; optimización de procesos mediante automatización y IA.
- Alimentación saludable y accesible: productos nutritivos a menor costo ambiental, estrategias para combatir el desperdicio y mejorar la equidad en acceso a alimentos sanos.
- Agricultura y pesca sostenibles: prácticas regenerativas, agroecología, pesca responsable y reducción de emisiones de la cadena de suministro.
- Transparencia y responsabilidad: etiquetas claras sobre impacto ambiental, huella de carbono; certificaciones y estándares de calidad más exigentes con la implantación de medidas sostenibles en las empresas.
- Innovación y datos: modelización de demanda, diseño de menús eficientes.
- Políticas y regulación: cada vez más exigentes, estableciendo medidas de obligado cumplimiento. La sostenibilidad no es una opción, sino un requisito legal.



Ghita Sehaqui: “En Laboceutic la innovación no es opcional, forma parte de nuestra cultura diaria”

ENTREVISTA

GHITA SEHAQUI
CEO LABOCEUTICS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Podría darnos una visión general de Laboceutics?

Laboceutics es un laboratorio cosmético ubicado en Dos Hermanas (Sevilla), especializado en la investigación, desarrollo, fabricación y distribución de productos cosméticos de venta exclusiva en canal farmacia. Fundado por Ghita Sehaqui, licenciada en farmacia por la universidad de Sevilla y experta en la evaluación de seguridad de producto cosmético por la universidad CEU de Madrid.

Laboceutics S.L. cuenta con las certificaciones ISO 22716: 2007, buenas prácticas de fabricación (BPF) e ISO 9001:2015 (sistema de gestión de calidad).

Nuestras instalaciones están diseñadas conforme a calidades farmacéuticas y cuidadas hasta el más mínimo detalle, albergan áreas de producción, diseño y desarrollo, calidad, envasado, acondicionado y almacenes. Contando con un equipo de profesionales altamente cualificados en cada una de las áreas, donde también cuidamos del buen ambiente de trabajo con jornadas de formación, reuniones periódicas y trabajo en equipo.

¿Cuál es su misión principal y cómo cree que contribuye la empresa al panorama actual de la salud y la tecnología?

Nuestra misión es ofrecer productos cosméticos eficaces, seguros, tal y como determina el Reglamento de la Unión Europea nº 1223/2009 y con respaldo científico, fabricados bajo estándares internacionales (ISO 22716 y ISO 9001) para garantizar unas Buenas Prácticas de Fabricación y un sistema de calidad transparente en cada una de las etapas del proceso. Estamos comprometidos con la innovación continua, la seguridad del consumidor y la sostenibilidad.

Contribuimos al panorama actual de la salud y la tecnología cosmética mediante una cosmética inteligente, basada en activos de alta eficacia, formulaciones respaldadas por estudios clínicos, y un sistema regulatorio robusto que prioriza la seguridad del consumidor.

El sector de la salud está experimentando una transformación digital sin precedentes. ¿Cómo está Laboceutics navegando esta ola, y qué papel juega la biotecnología en sus desarrollos actuales?



Aunque el núcleo de nuestra actividad es la cosmética, integramos tecnologías avanzadas en nuestro I+D: desde plataformas digitales de gestión de formulaciones hasta cooperación con laboratorios externos acreditados. Nuestro enfoque se basa en aprovechar la biotecnología cosmética, seleccionando materias primas activas con eficacia demostrada. Realizamos estudios clínicos externos para cada producto acabado, asegurando que cualquier afirmación de beneficio y claims estén respaldados científicamente.

Acabamos de integrar una nueva plataforma de IA para la gestión de proveedores e ingredientes que nos facilita el seguimiento y la actualización constante de nuestra documentación.

Además, adoptamos sistemas informatizados en almacenes y producción, y estamos trabajando en una futura implantación de certámenes como ISO 14001 para integrar más digitalización y trazabilidad a nivel ambiental y operativo.

En un sector tan competitivo, ¿cómo fomenta Laboceutics una cultura de innovación continua entre sus equipos?

En Laboceutics S.L. la innovación no es opcional, forma parte de nuestra cultura diaria. Contamos con un equipo de I+D altamente formado, siempre actualizado en tendencias y nuevas materias primas. Contamos con un departamento regulatorio que

asegura que todas las formulaciones cumplen con el Reglamento (UE) 1223/2009 y BPF ISO 22716.

Invertimos en estudios clínicos colaborativos con referencias del sector para validar eficacia y seguridad. Fomentamos un entorno colaborativo entre I+D, Regulatory y Marketing, lo que nos permite reformular rápidamente y adaptarnos a nuevas demandas del mercado.

“Nuestra misión es ofrecer productos cosméticos eficaces”

¿Cómo integra Laboceutics la sostenibilidad en su modelo de negocio y en sus operaciones diarias? ¿Existen iniciativas específicas o una estrategia clara para minimizar su huella ambiental y social?

La sostenibilidad es una prioridad estratégica. De acuerdo a nuestra visión, estamos implementando iniciativas hacia una economía circular, optimizando recursos, redu-

ciendo tiempos de proceso y seleccionando materias primas sostenibles. Planeamos la certificación ISO 14001, que reforzará la gestión ambiental integrada en nuestra producción. Utilizamos envases respetuosos con el medioambiente y promovemos la transparencia informativa al consumidor sobre impacto y uso sostenible.

El enfoque es minimizar nuestra huella ambiental y fomentar un modelo socialmente responsable que el consumidor moderno valore y reconozca.

Andalucía cuenta con talento en investigación y desarrollo. ¿Cómo interactúa Laboceutics con las universidades, centros de investigación o hubs tecnológicos andaluces? ¿Participan en programas locales para atraer o retener talento?

Si bien nuestra sede está en Sevilla, reconocemos el talento local andaluz en I+D. Participamos activamente con universidades y entidades del sector farmacéutico y cosmético, colaborando en formación científica, estudios clínicos y difusión técnica.

Además, promovemos la formación continua del equipo y trabajamos para atraer talento andaluz con vocación tecnológica y científica. Apoyamos programas locales, aunque en este momento no hay participación directa en hubs (Centros de colaboración y apoyo a la innovación) o startups (Empresas emergentes e innovadoras, muchas veces impulsadas desde esos hubs), ya que nuestra relación es más académica y orientada a proyectos de investigación y ensayos clínicos.

Finalmente, ¿cuáles son los mayores desafíos que prevé para Laboceutics en los próximos 5 a 10 años, y cómo planean abordarlos?

Un desafío constante es estar a la vanguardia de la Regulación cambiante, especialmente en activos vigilados por nuestro Reglamento 1223/2009 de cosmética. Además, existe una competencia creciente en el sector cosmético, tanto local como internacional. Sumado a las exigencias del consumidor que pide mayor transparencia, sostenibilidad y evidencias científicas.

A nivel estratégico, seguiremos a la vanguardia regulatoria, adaptándonos anticipadamente a nuevas normativas y explorando alternativas no reguladas cuando sea necesario. Acabamos de terminar la expansión de nuestras instalaciones que doblarán la capacidad productiva e investigadora. Seguiremos invirtiendo en investigación clínica que avale documentalmente la eficacia de nuestros productos para seguir marcando diferencias entre los productos del mercado.

Adoptaremos sistemas de gestión en el futuro como la ISO 14001 que refuercen ya las obtenidas ISO 22716 y ISO 9001 y que ayuden a reforzar las prácticas de sostenibilidad. Mantendremos la fortaleza a nivel de la cultura interna de innovación mediante formación, intercambio con entidades del sector y ampliación del equipo multidisciplinar cuya motivación principal será la proyección científica.



ENTREVISTA

DRA. VIRGINIA GRANDO
DIRECTORA TERRITORIAL SUR
HM HOSPITALES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El año pasado abordamos la evolución de HM Hospitales hasta convertirse en un referente de la medicina privada. Nos gustaría profundizar en cómo han mantenido y fortalecido esa posición de liderazgo en el último año. ¿Ha habido hitos específicos en 2024 o lo que llevamos de 2025 que destaquen este afianzamiento?

HM Hospitales ha registrado en Málaga un importante aumento de la demanda de sus servicios durante 2024, crecimiento que refleja la confianza creciente de la población malagueña en el modelo asistencial de HM. La actividad asistencial en los centros de HM Hospitales en la provincia ha alcanzado cifras significativas, con más de 376.000 consultas externas, 46.900 atenciones en urgencias, 21.900 intervenciones quirúrgicas, 8.700 altas hospitalarias, 183.000 estudios de laboratorio y 79.500 estudios radiológicos.

Uno de los hitos que nos llena de especial satisfacción es la certificación avanzada que ha recibido el Hospital HM Málaga por parte de la Agencia de Calidad Sanitaria de Andalucía (ACSA). Se trata de una certificación que supone un reconocimiento público a la calidad de los servicios que prestan los profesionales y las organizaciones del sector salud y social.

La adquisición estratégica de una parcela situada en pleno centro de la ciudad, junto al emblemático Estadio La Rosaleda, representa “el hito” más relevante desde nuestra llegada, al tratarse de una infraestructura que ampliará de forma decisiva la capacidad asistencial del Grupo en la capital, consolidando su apuesta por la ciudad y convirtiéndose en el centro hospitalario de referencia de la Territorial Sur.

Este nuevo centro, cuya apertura está prevista para 2028, ocupará más de 20.000 metros cuadrados distribuidos en nueve plantas sobre rasante y tres niveles subterráneos, que incluirán 300 plazas de aparcamiento.

Este nuevo hospital se complementará estratégicamente con el desarrollo futuro del Hospital HM Vélez-Málaga, formando una potente red de atención médica que consolidará la posición del Grupo como actor de referencia en la provisión de servicios de salud en la Territorial Sur.

Málaga nos ha abierto sus puertas, y nosotros respondemos con salud, compromiso y futuro. Este proyecto no es solo infraestructura: es corazón, es vocación, y, sobre todo, es el reflejo de lo que somos en HM Hospitales. Venimos de una trayectoria marcada por la excelencia médica, la innovación constante y una forma de entender la salud que pone al paciente en el centro. El Grupo HM Hospitales transformó el modelo de sanidad privada en España que posteriormente fue imitado.

Seguimos trabajando, con pasión, con propósito y con la firme voluntad de generar valor real para los pacientes, para los profesionales y para la sociedad malagueña en general.

Dra. Virginia Grando: “Málaga nos ha abierto sus puertas, y nosotros respondemos con salud, compromiso y futuro”



Más allá de las especialidades ya conocidas, ¿han emergido nuevas áreas o subespecialidades donde HM Hospitales haya logrado un reconocimiento significativo o un avance destacable?

HM Hospitales ha reforzado su posicionamiento en la provincia de Málaga con la incorporación de nuevas áreas de atención, así como de unidades altamente especializadas y con un enfoque innovador.

En su apuesta constante por mejorar la red asistencial, ha ampliado su cartera de servicios con la incorporación de nuevas especialidades médicas entre las que cabe destacar el servicio de Urgencias Pediátricas 24 horas del Hospital HM Málaga.

En el ámbito de la Oncología, ha desarrollado una estructura asistencial basada en un enfoque multidisciplinar, que permite una atención coordinada y sin demoras entre los distintos especialistas implicados.

La Unidad de Traumatología y Cirugía Ortopédica se ha consolidado como referente provincial en el abordaje de patologías del sistema musculoesquelético, donde destaca la unidad de medicina regenerativa.

Por su parte, el servicio de Cirugía General sobresale por su capacidad de respuesta rápida y su especialización en procedimientos de alta complejidad.

Por último, en el Hospital Internacional HM Santa Elena, sobresale la Unidad de Odontología y Cirugía Maxilofacial, que complementa la oferta asistencial con servicios especializados en salud bucodental y cirugía facial.

La innovación tecnológica es crucial en el sector. ¿Podría compartírnos

los principales avances tecnológicos o proyectos de digitalización que están implementando?

HM Hospitales en Málaga fundamenta su estrategia en ofrecer la mejor calidad asistencial posible al paciente, mediante la incorporación de tecnología de vanguardia y la promoción de la investigación y la docencia.

En línea con su compromiso con la innovación y la excelencia asistencial, por un lado, el hospital ha adquirido un avanzado equipo de resonancia magnética con inteligencia artificial (IA), diseñado para ofrecer diagnósticos más precisos y ágiles. Gracias a la IA, se obtienen imágenes de alta resolución que permiten realizar informes más detallados y exactos, mejorando significativamente la experiencia del paciente al reducir los tiempos de exploración y aumentar la fiabilidad de los resultados.

Por otro lado, HM Málaga ha incorporado el sistema de navegación quirúrgica. Este sistema de imagen intraoperatoria proporciona visualización en 2D y 3D en tiempo real, permitiendo a los cirujanos planificar y ejecutar procedimientos con máxima precisión y seguridad.

Además, contamos con el láser de Holmio (HoLEP), una tecnología para el tratamiento quirúrgico de la hiperplasia benigna de próstata. Este láser permite cortar y coagular con gran precisión.

A esto se suma, que el Hospital Internacional HM Santa Elena ha incorporado la ecobroncoscopia (EBUS), un procedimiento innovador que permite diagnósticos más precisos y menos invasivos. HM Hospitales ha reforzado su servicio de Cirugía General

y del Aparato Digestivo en Málaga con la creación de una Unidad de Proctología Avanzada, orientada a ofrecer atención integral y personalizada a pacientes con patologías anorrectales.

En un mundo cada vez más conectado, ¿qué papel juega la telemedicina y la atención virtual en la estrategia actual de HM Hospitales? ¿Se han expandido estos servicios o se han introducido nuevas funcionalidades en el último año?

En este sentido, la historia clínica interoperable es ya una realidad en el Grupo HM Hospitales. A través de la web corporativa, los pacientes pueden acceder a su historial médico completo en cualquiera de los centros de la compañía.

HM Hospitales tiene una presencia consolidada en Andalucía. ¿Podría detallarnos la evolución y consolidación en la comunidad autónoma en los últimos años? ¿Cuál es la estrategia específica del grupo para esta región, considerando sus particularidades demográficas y sanitarias?

Desde la llegada de HM Hospitales a la provincia de Málaga, a finales de 2022, nuestro presidente, el Dr. Juan Abarca Cidón, ha manifestado de forma constante su firme apuesta por Málaga como eje estratégico dentro del plan de expansión en la Territorial Sur.

La construcción del nuevo hospital en la capital malagueña representa un importante salto cualitativo en la infraestructura sanitaria de la provincia, y su apertura se enmarca dentro de un plan más amplio de modernización y crecimiento de HM Hospitales en Málaga.

De cara a los próximos 3-5 años, ¿cuáles son los desafíos más apremiantes que anticipan en el sector de la sanidad y cómo se está preparando HM Hospitales para afrontarlos?

De cara a los próximos 3 a 5 años, el sector sanitario se enfrenta a desafíos estructurales de gran envergadura.

La escasez de profesionales sanitarios es uno de los principales retos a los que nos enfrentamos, no solo en Andalucía, sino en toda España. La falta de especialistas en áreas clave y la dificultad para garantizar el relevo generacional evidencian un problema estructural, complejo y multifactorial.

HM Hospitales cuenta en Málaga con el Instituto de Formación Profesional Sanitaria HM Málaga, permite preparar a los alumnos para una actividad profesional y les capacita para el desempeño cualificado de las distintas profesiones.

La transformación digital y la medicina personalizada representan otro de los grandes desafíos del sector. La digitalización y la incorporación de tecnologías disruptivas están redefiniendo el modelo asistencial y la vida en general. HM Hospitales apuesta por esta evolución, avanzando en la digitalización de procesos clínicos y administrativos para mejorar la eficiencia y la experiencia del paciente.

Por último, la sostenibilidad y la eficiencia energética se han convertido en prioridades ineludibles. Los hospitales son grandes consumidores de recursos naturales y generadores de residuos, por lo que la sostenibilidad no es una opción, sino una necesidad urgente para garantizar la viabilidad del sistema sanitario.

En HM Hospitales estamos preparados para liderar ese cambio, con una visión centrada en el paciente, el talento y la sostenibilidad.



María del Mar García: “Las enfermeras hacemos posible la sostenibilidad del sistema sanitario y lo fortalecemos”

ENTREVISTA

MARÍA DEL MAR GARCÍA

PRESIDENTA DEL CONSEJO ANDALUZ DE COLEGIOS DE ENFERMERÍA



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuáles son los obstáculos emergentes o más persistentes que identifican para el pleno desarrollo de la profesión enfermera y cómo los están abordando?

El obstáculo que la profesión afronta y que más influye en la seguridad de los pacientes es la ratio enfermera-paciente. Andalucía, con 556 enfermeras por cada 100.000 habitantes, es la cuarta comunidad autónoma por la cola en el ranking nacional. La ratio media española es de 636 enfermeras por 100.000 habitantes. Esto no se puede mantener en el tiempo, pues genera una sobrecarga asistencial difícilmente asumible.

Desde el Consejo Andaluz de Enfermería, hacemos énfasis en que lo más importante es contar con un número de enfermeras en plantilla suficiente y frenar la fuga del talento enfermero. Nuestras enfermeras se marchan en busca de unas condiciones laborales estables y poder ejercer la especialidad para la que se han preparado. Tardamos 4 años en formarlas en nuestras universidades y seguimos viendo cómo más del 60% de nuestros egresados se van. Perdemos un importantísimo valor, una inversión realizada por Andalucía, que no se queda para atender a nuestros pacientes.

Las especialidades enfermeras surgen para dar respuesta a las necesidades en salud de la población. No comprendemos que aún no haya una implantación plena y real de todas las especialidades. La enfermería pediátrica y la geriátrica son algunas de las grandes olvidadas.

Gracias a esa especialización, atendemos las nuevas demandas en salud de una población cada vez más envejecida y afectada por el aumento de la cronicidad. Se estima que 1 de cada 5 niños sufre una enfermedad crónica. Es un dato alarmante. Está ampliamente demostrado por estudios que lo avalan, que la falta de enfermeras repercute negativamente en la calidad asistencial. Desde el CAE consideramos que es fundamental que las administraciones tomen conciencia política.

La digitalización de la salud avanza rápidamente. ¿Cómo están promoviendo la adaptación de los profesionales de enfermería a las nuevas herramientas digitales?

Desde el CAE y desde nuestros colegios provinciales propiciamos la formación enfermera de la mano de las nuevas necesidades asistenciales y de cuidados. Si hablamos de las nuevas herramientas digitales, incluso de la IA aplicada a los cuidados, surgen como grandes aliadas, con interesantes oportunidades y retos.

La ciencia enfermera es crucial. En Andalucía estamos a la vanguardia en investigación de la mano de la mejor evidencia científica. Necesitamos aplicar esos resultados al ámbito clínico y más inversión y reconocimiento profesional al respecto. Muchos de los grandes avances en Enfermería, lo son, gracias a enfermeras que dedican tiempo y recursos propios a la investigación.

La sostenibilidad del sistema de salud es una preocupación. ¿Cómo contribuye la enfermería andaluza a la eficiencia y sostenibilidad econó-

mica del sistema sanitario?

Las enfermeras realizamos una gran aportación al sistema sanitario. Somos la profesión sanitaria más numerosa. El CAE representa a más de 49.000 enfermeras. Queremos lanzar un mensaje muy claro: Somos quienes hacemos posible la sostenibilidad del Sistema Sanitario con nuestro trabajo, esfuerzo y vocación. Protegemos, cuidamos, educamos en salud a la población. Somos gestores, estamos formados y capacitados para ello. Somos la profesión capaz de valorar de manera integral a los pacientes. El camino es sumar de la mano de las demás profesiones sanitarias. Porque la grandeza de un sistema sanitario fuerte, está en las sinergias que todos los profesionales, desde nuestras competencias, somos capaces de generar.

Somos la esperanza en la enfermedad para muchas personas. El camino entre el miedo y la curación o la aceptación de muchas situaciones complejas. La sociedad merece una atención de primer nivel, pero necesita estrategias y acciones a nivel autonómico, nacional e internacional. Y este mensaje debe calar en la sociedad, en las instituciones y en quienes toman las decisiones.

¿Cómo están trabajando para retener el talento enfermero en Andalucía y evitar la 'fuga de cerebros' a otras comunidades autónomas o países?

Es una tarea pendiente, pero no depende de nosotros, sino que está en manos de la administración. Desde el CAE estamos abordando este tema a todos los niveles con un fuerte compromiso. Andalucía se

merece retener a los profesionales que forma, porque son los mejores.

Nuestros profesionales se marchan en busca de mejores condiciones laborales, no hay más detrás de esto. Invertimos muchísimo en formar a nuestras enfermeras y enfermeros, pero acaban marchándose de Andalucía. Esa inversión debería quedarse fortaleciendo nuestro sistema sanitario. Con mejores contratos, menor temporalidad y mayor reconocimiento profesional. Podríamos retener los mejores cerebros enfermeros. La Enfermería alza la voz por quedarse en su tierra.

Que 6 de cada 10 enfermeras haya pensado, alguna vez, en abandonar la profesión es un dato dramático. Esto lleva aparejado un problema profundo: las agresiones a profesionales en nuestros centros sanitarios. Es una lacra que debemos frenar entre todos. Proteger a quienes sufren una agresión es nuestra prioridad, y es fundamental denunciar esas agresiones. Siempre vamos a estar al lado de las enfermeras que sufren este tipo de violencia en el ejercicio de su profesión. Necesitamos un registro abierto y transparente para tener un dimensionamiento real de este grave problema. Ante las agresiones, tolerancia cero.

En el actual contexto de especialización enfermera, ¿cómo están apoyando el desarrollo y el reconocimiento de estas especialidades?

Reclamamos más plazas de especialistas para nuestras universidades. Un mapa competencial preciso y riguroso y la plena implantación de estas. Al ritmo actual, tardaríamos entre 22 y 29 años en contar con un número óptimo de enfermeras para subsanar el déficit de profesionales que sufrimos. Esto es perjudicial para el ciudadano, que no cuenta con la atención sanitaria que merece.

Hay ámbitos en los que se precisan conocimientos muy específicos, y la especialización viene a dar esa respuesta. Llevamos 19 años esperando el desarrollo de todas las especialidades enfermeras contempladas en el Real Decreto 450/2002. El número de especialistas no se adecúa a las necesidades de la población. Si a ello sumamos que más de 10.600 enfermeras se jubilarán en los próximos 10 años en Andalucía, las cuentas no salen.

¿Qué objetivos o proyectos emblemáticos se propone el CAE para alcanzar ese futuro deseado e involucrar a los colegiados y a la sociedad?

El CAE junto con sus colegios provinciales, pone el foco en al-



En Andalucía estamos a la vanguardia en investigación

canzar objetivos que beneficien a ciudadanos y profesionales.

Hemos logrado una reivindicación histórica: que se creen más de 1.000 plazas estructurales para enfermeras gestoras de casos de residencias, EPAs de Heridas Crónicas Complejas, referentes escolares e infantojuveniles de los antiguos rezos COVID. Esto dota de reconocimiento y amparo legal a figuras que tienen más que demostrada su gran aportación al sistema sanitario.

La calidad en la asistencia que prestamos es un compromiso expreso de todo el colectivo con la sociedad. El mismo compromiso pedimos: “Cuidar a quien te cuida”. Tanto a la sociedad en su conjunto como a la administración pública. Hemos solicitado la puesta en marcha de un Pacto Andaluz por la Enfermería, que nos permita contar con un número de enfermeras en plantilla suficiente, tanto en Atención Primaria como en Especializada; con una estabilidad laboral muy necesaria y el reconocimiento de la categoría profesional dentro del grupo A1; porque teniendo acceso a puestos de gestión contribuiremos a la sostenibilidad del sistema de salud. Las enfermeras desempeñamos un papel crucial y tenemos una gran responsabilidad: la vida de los pacientes está en nuestras manos.

Como organización colegial, nuestra responsabilidad y compromiso es exponer cuáles son las áreas de mejora que hemos detectado y trabajar creando sinergias con todas las partes implicadas. Para incrementar la calidad de las condiciones de trabajo de los profesionales y la satisfacción y calidad percibida por parte de los usuarios con el sistema sanitario.



Fidel Astudillo Navarro: “La salud pública empieza desde la granja hasta el consumidor”

ENTREVISTA

FIDEL ASTUDILLO NAVARRO

DIRECTOR DEL
CONSEJO ANDALUZ DE
COLEGIOS OFICIALES DE
VETERINARIOS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Podría ofrecernos una visión general del rol principal del Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Veterinarios? ¿Cuáles son sus principales responsabilidades y cómo contribuye a la profesión Veterinaria y a la sociedad andaluza?

El Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Veterinarios es el órgano que agrupa a todos los Colegios Oficiales de Veterinarios de la Comunidad Autónoma de Andalucía y tiene, a todos los efectos, la condición de corporación de derecho público, con personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de determinados fines.

Entre otras, las principales responsabilidades son: representar a la profesión Veterinaria en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como ante el Consejo General de Colegios Oficiales de Veterinarios de España en los asuntos que sean comunes a todos los colegios de Andalucía; coordinar y gestionar los intereses y de las actuaciones de los Colegios que lo integran, sin perjuicio de la autonomía y competencias de cada uno de ellos; participar en los consejos y órganos consultivos de la administración andaluza; formular propuestas sobre normativas, reformas o medidas de desarrollo y perfeccionamiento de las actuaciones propias de la profesión Veterinaria; informar los proyectos normativos de la Comunidad Autónoma sobre las condiciones generales para el ejercicio profesional y sobre las funciones y el régimen de incompatibilidades que afecten a la profesión; y, por último, fomentar el diálogo y la colaboración con los órganos de gobierno de la Junta de Andalucía, muy especialmente con cuantos puedan tener alguna relación con la profesión Veterinaria o con actividades que, en general, les sean propias.

Desde el Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Veterinarios se asume, desde su origen, un compromiso real con la formación de los colegiados de toda la comunidad andaluza. Ésta es la base para el crecimiento profesional de los veterinarios, quienes tienen el deber de ofrecer servicios de calidad a la sociedad.

Desde esta Corporación se organizan, anualmente, dos grandes citas formativas: el Congreso Andaluz Veterinario y el Congreso Internacional de Medicina y Cirugía Equina, desarrollados, el primero con carácter itinerante en las ocho provincias de Andalucía, y el segundo, unido al Salón Internacional del Caballo (SICAB) en Sevilla, con la implicación directa del Colegio de Veterinarios de la provincia.

Además de estos dos grandes eventos, la programación anual incluye numerosos cursos, jornadas técnicas, seminarios, webinars, foros y congresos de otra índole, como puede ser el Congreso Andaluz de Salud Pública Veterinaria, de celebración bienal, que en 2026 llegará a su sexta edición en Jaén.

En el ámbito de la salud pública y la seguridad alimentaria, ¿cuáles son sus principales

aportaciones para garantizar la calidad y la inocuidad de los alimentos que llegan a los consumidores andaluces?

La figura del veterinario en este aspecto es fundamental debido a la gran aportación que tiene su trabajo para garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos que consume la población. Una faceta desconocida por la sociedad, pero imprescindible.

Y lo hacemos a lo largo de toda la cadena alimentaria, lo que se ha denominado desde la granja a la mesa. Con veterinarios presentes en las explotaciones ganaderas, realizando la figura del veterinario de explotación. Veterinarios en distintas administraciones, como en la Consejería de Agricultura y la de Salud, que inspeccionan todo el proceso, como hemos dicho desde el campo, pasando por mataderos, industria alimentaria y llegando hasta el mismo consumidor final, estando presente en tiendas, bares, mercados, comedores colectivos..., etc.

“Colaboramos estrechamente con universidades y la administración”

¿Cómo está impulsando el CACV la innovación y la adopción de nuevas tecnologías entre los veterinarios andaluces?

El Consejo Andaluz de Veterinarios sigue a la vanguardia de las tecnologías en cada paso que da en su ya dilatada carrera por salvaguardar la integridad y buen hacer de sus colegiados.

Por ello, entre numerosas acciones, podemos destacar la aparición de la receta electrónica, bajo el respaldo de la plataforma RECEVET, con una clara vocación de servicio a la sociedad, siendo pioneros en España allá por el año 2014. Ésta tiene la finalidad de asegurar la correcta utilización de los medicamentos veterinario, garantizando la trazabilidad de la prescripción y facilitando el cumplimiento de la legislación a veterinarios, farmacéuticos, establecimientos dispensadores y ganaderos. De este modo se convierte en una herramienta que permite asegurar a los consumidores y usuarios, en definitiva, a todos los ciudadanos, el acceso a una salud pública de calidad.

También podemos destacar la herramienta digital andaluza RAI (Registro Andaluz de Identificación Animal), la base de datos que desde

1998 tiene inscritos los animales de compañía, propiedad del Consejo Andaluz de Veterinarios, donde el propietario podrá verificar los datos de su mascota introduciendo el número de microchip y su D.N.I. Aplicación que mediante convenio de colaboración con la Junta de Andalucía, renovado por cuatro años este mismo mes de agosto, gestiona el Registro Central de Animales de compañía de Andalucía, además de mantener convenio con más de 300 ayuntamientos andaluces.

Mirando hacia los próximos 5 a 10 años, ¿cuáles son los planes estratégicos clave del Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Veterinarios? ¿Qué metas se han propuesto para el futuro de la profesión en la región?

Estamos inmersos en muchos temas a corto y medio plazo, además de los que nos pueda venir desde otros países. Entre estas destacamos:

Queremos seguir avanzando en una formación de calidad, llegando a una especialización que ya lleva tiempo demandado la sociedad. Para ello estamos mejorando nuestro plan formativo propio, trabajando en especialización a través de nuestro Consejo General a nivel de España, y realizando una colaboración estrecha con la Universidad de Córdoba para la realización de micro credenciales y máster de temas muy específicos.

Tenemos una gran preocupación, y para ellos nos estamos formando y preparando, por la llegada de enfermedades emergentes y re-emergentes que están apareciendo en países cercanos, como peste porcina africana, dermatosis nodular contagiosa, rabia, fiebre aftosa..., etc. Unidas a otras enfermedades ya presentes como Lengua Azul, Influenza Aviar, Fiebre del Nilo Occidental..., etc. Algunas afectan solo al ganado, pero su aparición podría poner en peligro la economía de nuestra Comunidad Autónoma, y otras, además, son zoonóticas y pondría en peligro a los ciudadanos. Hay que recordar que el veterinario es el profesional más capacitado para la prevención y control de estas zoonosis o enfermedades zoonóticas.

Por último, estamos trabajando mucho en materia de bienestar y protección animal, donde como la profesión fundamental en su verdadera aplicación, Estamos trabajando en materia de medicamentos veterinarios, para que en breve tengamos una normativa adecuada a los tiempos que tenemos, que nos permita aplicar sin limitaciones nuestra experiencia y nuestro criterio clínico, a la vez que permita que podamos vender medicamentos a los animales bajo nuestro cuidado, como la normativa europea si lo permite, para entre muchas razones, mejorar el control de las resistencia a los antimicrobianos.



Luis Mancera: “Clover Bioanalytical Software cuenta con gran visibilidad en Europa”



ENTREVISTA

LUIS MANCERA
FUNDADOR CLOVER
BIOANALYTICAL SOFTWARE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Nos gustaría conocer más sobre su trayectoria, ¿cómo fue la evolución, desde sus inicios hasta la actualidad de Clover Bioanalytical Software? ¿Hubo algún momento clave o experiencia que les impulsó a crear esta

empresa, en este campo tan especializado?

Estudié ingeniería informática en Granada, más tarde estuve trabajando en distintos puntos de España, Suiza y Francia, también realicé la tesis doctoral en Inteligencia Artificial.

Empecé a trabajar en temas relacionados con softwares, siempre en el mundo de la medicina y en hospitales. Podría decir que un momento clave para mí fue mudarme a Inglaterra, donde empecé a trabajar en una empresa que fabricaba instrumentos analíticos para la identificación de bacterias. Trabajar con aquellos datos, entender aquel mundo y estar en contacto con médicos y microbiólogos, fue lo que me dio la idea para crear esta empresa cuando volví a Granada.

Clover Bioanalytical Software va un paso más allá de lo que se estaba haciendo en aquel momento en el tema de la identificación bacteriana.

Sin duda alguna, el software bioanalítico es un campo en constante evolución. ¿Cuáles consideras que son las tendencias tecnológicas más disruptivas que están transformando este sector en la actualidad? ¿Cómo se mantienen a la vanguardia?

Obviamente, una de las tecnologías más disruptivas ahora mismo es la Inteligencia Artificial, que lo está cambiando todo, desde el tratamiento de los datos para diagnosticar enfermedades, hasta el propio manejo de los instrumentos, el software que utiliza los instrumentos, la forma de mantenerlo, de darle servicio, y desde luego, estamos viviendo una revolución, igual que en otros muchos campos.

Asimismo, ¿en qué diferencian su enfoque de otras soluciones existentes en el mercado? ¿Cuáles son las características o las innovaciones clave que ofrecen un valor añadido a sus clientes?

Nuestro valor añadido está en darle a nuestros clientes la posibilidad de identificar resistencias bacterianas, resistencias antibióticas, en cuestión de segundos.

Nuestros clientes utilizan estos instrumentos analíticos para identificar bacterias, pero posteriormente tienen que usar PCR o algún método genómico, otros métodos de laboratorio, que tardan días en producir un informe donde estén contenidas las resistencias bacterianas y las especies patógenas que puede haber ahí. Esos días se está dando un antibiótico de amplio espectro que muchas veces es muy inefectivo.

Gracias a nuestra tecnología, en el mismo momento en el que se identifica la especie bacteriana, se puede saber ya qué resistencias bacterianas se tiene.

Con lo cual, se ahorran días de tratamiento y se mejoran los resultados, se reducen los días en la UCI, mejoran las listas de espera, etc.

Asimismo, en un mundo donde la cantidad de datos biológicos crece exponencialmente, ¿cómo garantiza la seguridad, la integridad y el uso de los datos que manejan sus clientes? ¿Qué protocolos o tecnologías implementan en este aspecto?

Actualmente hay una regulación muy estricta para todo lo que sea tratamiento médico, diagnóstico médico, y desde Clover trabajamos para tener esas certificaciones y seguir toda la ley de seguridad, desde la protección de datos hasta los sistemas de calidad, los sistemas de gestión de riesgo, la ISO 13485 y todos los requisitos para conseguir la certificación para el diagnóstico in vitro.

Asimismo, nos gustaría conocer, ¿cuál es su visión a largo plazo? ¿Cómo cree que su empresa impactará en el futuro de la investigación y el desarrollo bioanalítico?

A largo plazo hay que mantenerse siempre a la vanguardia de la tecnología, hay que intentar anticiparse a lo que viene y ser de los primeros, sobre todo empresas como la nuestra, que son empresas pequeñas, que no pueden competir con otras grandes, en cuanto a volumen de ventas o a exposición y visibilidad en medios.

Tenemos que competir con innovación, estando por delante de ellos en cuanto a lo que somos capaces de hacer con la Inteligencia Artificial, con los datos analíticos y con cualquier tecnología que usemos.

Pensando en el futuro y a modo de conclusión, ¿cuáles son los próximos pasos o áreas de desarrollo en las que se centrarán de cara a los próximos tres o cinco años?

Clover Bioanalytical Software cuenta actualmente con gran visibilidad en Europa, lo hemos conseguido gracias a nuestras colaboraciones con hospitales, publicaciones y clientes, tenemos muy buena reputación en el campo de la microbiología europea.

Nuestros siguientes pasos son expandirnos al resto del mundo. Ahora mismo nuestros esfuerzos se centran en Estados Unidos y Latinoamérica, aunque contamos ya con clientes en Argentina y en Brasil, y otros puntos del mundo.

Actualmente estamos haciendo contactos en Oriente Medio, en Japón contamos ya con una distribuidora, etc. En definitiva, queremos seguir expandiéndonos y esperamos haber completado esta expansión en 3-5 años.



 **Clover
Biosoft**



Dr. José Luis Ramos: “Clínica Baviera participa en ensayos clínicos internacionales”

ENTREVISTA

DR. JOSÉ LUIS RAMOS
DIRECTOR MÉDICO
DE CLÍNICA BAVIERA
MÁLAGA



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Clínica Baviera es pionera en innovación, ¿cuáles son las próximas grandes apuestas tecnológicas para los tratamientos oculares en los próximos 2-3 años? ¿Hay alguna

tecnología emergente que aún no esté ampliamente disponible, pero que estén investigando o planeen integrar?

En Clínica Baviera hemos estado a la vanguardia de los tratamientos láser para corregir de-

fectos de refracción, así como el implante de lentes intraoculares para presbicia o alta miopía, pero siempre utilizando la tecnología más segura y probada.

Antes de incorporar cualquier tratamiento novedoso, nuestro de-

partamento de I+D lo analiza rigurosamente y se va incorporando de manera paulatina hasta comprobar totalmente su eficacia y seguridad.

En cirugía refractiva, hay una mejora continua de las lentes multifocales y del cálculo de su potencia; en láser tendemos hacia tratamientos más personalizados para cada paciente y en retina se están realizando avances en tratamientos para enfermedades hasta ahora incurables. Clínica Baviera participa, por ejemplo, en ensayos clínicos internacionales muy prometedores para frenar ciertas patologías maculares.

La Inteligencia Artificial (IA) está transformando muchos campos de la medicina. ¿Cómo están explorando o aplicando la IA en sus diagnósticos, planificación de tratamientos o en la personalización de la atención al paciente?

La Oftalmología ha sido probablemente la especialidad que más pronto ha aprovechado las ventajas de la inteligencia artificial, por ejemplo, en el diagnóstico automático de patología retiniana en diabéticos.

En cirugía refractiva actualmente Clínica Baviera está trabajando para integrar nuestros equipos diagnósticos en el historial clínico informatizado de los pacientes, de forma que la IA, tras analizar cientos de datos, oriente al oftalmólogo sobre el diagnóstico del paciente y la mejor opción para resolver su problema de dependencia de gafas o lentillas.

En el cálculo de la potencia de la lente intraocular, en cirugía de cataratas o de presbicia, la IA nos está ayudando a integrar las diversas fórmulas de cálculo disponibles para ajustar el resultado lo más perfectamente posible.

Considerando el aumento en el uso de pantallas, ¿han observado una evolución en los tipos de problemas visuales o en la demografía de los pacientes que acuden a consulta? ¿Están desarrollando nuevas soluciones o enfoques preventivos específicos para estos casos?

Clínica Baviera lleva realizando estudios de población varios años y hemos constatado un aumento de la miopía, sobre todo entre las personas más jóvenes (47% de miopes en la franja de edad de 18 a 34 años, mientras que la media general es de 38%). Estudios internacionales muestran resultados similares, especialmente en los países asiáticos.

Esto parece ser debido al uso de las pantallas en edades tempranas, junto con una menor exposición al aire libre en la infancia.

Por lo tanto, nuestras recomendaciones serían: moderar el uso de dispositivos electrónicos en niños, favorecer la actividad al aire libre

tanto en la escuela como en los ratos de ocio, y cuidar de la salud visual realizando visitas periódicas al oftalmólogo.

La sostenibilidad es crucial hoy. ¿Cómo integra Clínica Baviera prácticas sostenibles en sus operaciones diarias y en su filosofía general?

Con el fin de canalizar las acciones de Responsabilidad Social Corporativa, Clínica Baviera creó la Fundación Baviera Responsable, por la que colaboramos desde hace años en distintas acciones sociales con las que buscamos mejorar la salud y el bienestar de diferentes colectivos: realizamos revisiones visuales gratuitas a personas en riesgo de exclusión social en España y llevamos a cabo viajes solidarios a países en vías de desarrollo.

Por otro lado, estamos comprometidos con el fomento del reciclaje y del uso de energías renovables, así como la mejora continua de procesos para optimizarlos, buscando la gestión más eficiente de los recursos.

“La Fundación Baviera Responsable colabora con distintas acciones sociales con las que busca mejorar la salud y el bienestar de diferentes colectivos”

¿Cómo se posicionan para enfrentar los desafíos futuros del sector de la salud visual, como la creciente demanda, la evolución regulatoria o la entrada de nuevos actores tecnológicos?

Clínica Baviera está decidida a acercarse a sus pacientes, abriendo nuevas clínicas que denominamos satélites, que dependen de una clínica matriz, y que facilitan la atención sin necesidad de largos desplazamientos (como por ejemplo las clínicas de Jerez, Vélez-Málaga, Motril, Marbella, Fuengirola...) y además permiten una atención más personalizada.

Por otro lado, continuamente estamos incorporando nuevos profesionales que además pasan por un periodo de formación especializada en el que utilizamos simuladores para cirugía ocular y mantenemos en continua actualización de conocimientos, utilizando tecnologías virtuales y en línea.



ENTREVISTA

ALFREDO PORTILLA
COMERCIAL Y
MARKETING EN SANASUR
LABORATORIOS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es el posicionamiento actual de SANASUR Laboratorios en el mercado sanitario y qué valor diferencial ofrecen respecto a otras compañías del sector?

Actualmente, SANASUR cuenta con un equipo comercial propio en Andalucía Occidental para atender directamente a farmacias y parafarmacias. Además, nos apoyamos en las cooperativas farmacéuticas, las cuales nos permiten alcanzar el 100 % de las farmacias a nivel nacional. Esto significa que cualquier farmacia en España puede disponer de nuestros productos en cuestión de horas. También trabajamos con distribuidoras específicas para atender parafarmacias y otros sectores, como herbolarios.

Como cualquier otro laboratorio, apostamos por la innovación tanto en materias primas como en presentación. Sin embargo, nuestro valor diferencial radica en ofrecer alternativas naturales a los medicamentos tradicionales. Un ejemplo destacado es nuestra crema Abocotal para hemorroides: un producto natural, sin corticoides, eficaz para calmar la inflamación y el picor propios de esta afección.

Por otro lado, nuestro departamento de I+D, liderado por mi amigo y socio Antonio Romero, trabaja en la transformación de productos de la tierra y el mar en cosmética. Un ejemplo de ello es la línea Sabiduría, donde utilizamos la pepita de uva para obtener un aceite de tacto seco, ideal para el cuidado del cabello y la piel.

Desde el área comercial y de marketing, ¿cómo abordan el reto de comunicar productos de salud con un enfoque riguroso pero también cercano al consumidor?

Hoy en día, es fundamental estar presentes en redes sociales, pero aún más importante es cómo se transmite el mensaje. Por ello, apostamos siempre por una comunicación clara, transparente y sin falsas promesas. Nuestros productos cuentan con toda la documentación y pruebas necesarias que avalan su eficacia y respaldan el mensaje que transmitimos.

Además, trabajamos con dermatólogos que recomiendan nuestros productos tanto en redes sociales como en sus consultas, lo que refuerza significativamente nuestra credibilidad.



Alfredo Portilla: “Nuestro valor diferencial radica en ofrecer soluciones naturales, eficaces y sin corticoides”

En un mercado cada vez más orientado al bienestar integral, ¿cómo responden desde SANASUR a las nuevas necesidades del cliente en términos de salud y cuidado personal?

Nuestro departamento de I+D se mantiene en constante actualización en cuanto a ingredientes y nuevas aplicaciones. Esto nos permite desarrollar y lanzar productos actuales con gran rapidez. Esa agilidad nos ayuda a posicionarnos eficazmente en el mercado, conocer el comportamiento del consumidor y evolucionar nues-

tros productos en consecuencia.

¿Qué importancia tiene para ustedes la colaboración con farmacias, clínicas o distribuidores sanitarios a la hora de consolidar su presencia en el territorio?

Tiene una importancia fundamental. La distribución que nos ofrecen las cooperativas farmacéuticas permite realizar hasta dos repartos diarios a las farmacias, incluso en pequeñas cantidades, lo que garantiza una reposición rápida y eficiente. Hoy por hoy, el 100 % de nuestro catálogo está dis-

ponible en estas cooperativas, por lo que cualquier farmacia puede disponer de nuestros productos en cualquier momento. Esta disponibilidad es clave para asegurar que nuestros clientes puedan encontrarlos fácilmente.

¿Cómo están integrando la sostenibilidad y la innovación tecnológica en sus procesos de producción y desarrollo de nuevos productos?

Todos nuestros envases son reciclables y, al utilizar materias primas naturales, contribuimos activamente a la sostenibilidad.

Desde el inicio, apostamos por recursos que minimizan el impacto medioambiental.

Además, trabajamos con proveedores certificados que nos aportan innovaciones como envases biodegradables fabricados a partir de caña de azúcar. Así, no solo ofrecemos productos con ingredientes naturales, sino también envases respetuosos con el medio ambiente.

¿Qué tendencias detectan en el sector de la salud y la belleza que marcarán el futuro próximo y cómo se están preparando para afrontarlas?

Actualmente, existen múltiples ingredientes con beneficios para la salud de la piel. Sin embargo, nuestro enfoque está en lograr que dichos ingredientes lleguen eficazmente a las capas cutáneas deseadas. Por ello, estamos desarrollando una línea de productos con liposomas, que permiten una mayor penetración y eficacia de los principios activos, mejorando así la efectividad de nuestros cosméticos.

Además, estamos dando un paso más al plantearnos fabricar productos sanitarios. Hasta ahora producimos cosméticos y productos de higiene, pero queremos ampliar nuestra oferta para atender también este tipo de demanda. Esto nos permitirá diversificar nuestra cartera de productos y llegar a nuevos segmentos del mercado.

Para finalizar, ¿qué objetivos estratégicos se ha marcado SANASUR Laboratorios de cara al próximo año en términos de expansión, innovación o diversificación?

Uno de nuestros principales objetivos es la exportación. Actualmente estamos manteniendo reuniones en Portugal para introducir la marca SANASUR en el país vecino. En Alemania ya colaboramos con un distribuidor al que fabricamos productos bajo su marca, y ahora estamos valorando que pueda también representar la marca SANASUR en el canal farmacia.

Por otro lado, lanzaremos una nueva página web con tienda online, más intuitiva y segura, que ofrecerá al cliente toda la información sobre los productos y permitirá el seguimiento detallado de los pedidos.

En este 2025 hemos ampliado las capacidades de nuestro laboratorio, no solo para desarrollar nuestros propios productos, sino también para ofrecer servicios de fabricación a terceros, incluyendo formulaciones y marcas propias. Estamos plenamente capacitados para desarrollar un producto desde una idea inicial hasta su comercialización, con toda la documentación necesaria tanto para el canal farmacéutico como para otros sectores emergentes.



Ernesto Cervilla Lozano: “La farmacia andaluza es un motor de prevención, detección precoz y adherencia”

ENTREVISTA

ERNESTO CERVILLA LOZANO
VICEPRESIDENTE DEL
CONSEJO ANDALUZ DE
COLEGIOS OFICIALES DE
FARMACÉUTICOS



con la Consejería de Salud para formalizar nuestra colaboración en programas de Salud Pública propios de la Consejería, como el de cribado de cáncer de colon, la vacunación, y lógicamente programas de farmacovigilancia. Sin ir más lejos, hemos estado colaborando muy activamente en la campaña de prevención del Virus Nilo, y hemos sido parte muy activa también de la campaña para mejorar el uso y consumo de benzodiazepinas en nuestra comunidad autónoma.



La tecnología y la formación continua son claves para el futuro de la farmacia

Aunque no es salud pública exactamente, una de las señas de identidad del trabajo de los farmacéuticos andaluces o de la Farmacia andaluza es actuar como dique de contención frente a la vulnerabilidad. Y colaboramos por ello muy activamente también con la Consejería de Igualdad e Inclusión en iniciativas con la mujer víctima de maltrato o somos la Comunidad pionera en la entrega de medicación hospitalaria por parte de nuestros farmacéuticos comunitarios, un servicio inaugurado en la pandemia para evitar que nuestros pacientes más vulnerables tuvieran que acudir a los hospitales a recoger su medicación.

¿Cuáles son los principales desafíos que prevé el CACOF para la profesión farmacéutica en los próximos años (ej. evolución del modelo de farmacia, nuevas tecnologías, sostenibilidad) y cómo se están preparando para enfrentarlos?

Los retos para la profesión farmacéutica en Andalucía están muy ligados a la transformación del modelo asistencial y a la sostenibilidad del sistema sanitario. Es por ello por lo que consideremos esencial consolidar el papel asistencial del farmacéutico en los niveles más próximos al paciente y favorecer una integración efectiva en los programas de Salud Pública, pasando del voluntarismo a la participación reglada y reconocida.

Para ello es necesario insistir en la formación y recertificación continua, para que cada farmacéutico pueda asumir estos nuevos roles desde la excelencia; perseverar en la innovación en servicios profesionales que permitan mejorar la adherencia, evitar eventos adversos y reforzar la seguridad del paciente; o sacar el máximo provecho a herramientas tecnológicas como los sistemas de historia farmacéutica digital, plataformas de seguimiento clínico, análisis de datos mediante Big Data o mejora de procedimientos gracias a la IA.

Para abordar estos desafíos, el CACOF está desarrollando una hoja de ruta basada en alianzas con la administración, comunicación directa entre médicos y farmacéuticos, digitalización de servicios, capacitación profesional y medición sistemática de resultados.

Para concluir, ¿cuál es el mensaje más importante que le gustaría transmitir a la sociedad andaluza sobre el valor y la importancia de la profesión farmacéutica y del trabajo del Consejo en la mejora de la salud?

El mensaje clave que queremos trasladar a la sociedad andaluza es que la red de farmacias comunitarias, por su capilaridad, su cercanía física y humana, y la formación de los profesionales que la conforman, representa un recurso sanitario estratégico de primer orden.

“Ponemos al paciente en el centro, siempre al servicio del interés general”

Desde el CACOF estamos trabajando para que el farmacéutico andaluz sea cada vez más un agente activo de salud pública, capaz de contribuir de forma determinante a los grandes retos del sistema: cronicidad, adherencia, accesibilidad, prevención, alfabetización sanitaria o seguridad del paciente.

Queremos ser un motor de transformación y excelencia sanitaria para nuestra tierra, poniendo siempre al paciente en el centro y al servicio del interés general.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Qué servicios principales ofrece el CACOF a sus colegiados para apoyar su práctica profesional diaria? (Ej. asesoramiento legal, herramientas de gestión, recursos informativos).

El Consejo Andaluz de Colegios de Farmacéuticos es, como su nombre indica, un Consejo de Colegios que representa por tanto los intereses de todos los farmacéuticos colegiados de Andalucía. Su papel fundamental es el de interlocutor con la Administración Sanitaria Andaluza, así como con el resto de entidades de ámbito autonómico con las que los farmacéuticos andaluces, en sus diferentes campos de trabajo, en su quehacer diario. En los últimos años especialmente el Consejo ha realizado un esfuerzo muy relevante por dotar a la Farmacia andaluza de una plataforma tecnológica, AxonFarma®, que le permita dar un salto cualitativo en la prestación de Servicios Profesionales farmacéuticos y que sirva, igualmente, para potenciar la colaboración de los farmacéuticos en Salud Pública, en tareas de prevención y detección precoz, promoción de la vacunación o adherencia. Todo ello acompañado de un importante programa de formación que ha permitido a nuestros compañeros mejorar sus capacidades y prepararse para dar una respuesta más completa a las necesidades del paciente y del sistema público de salud.

¿Cómo fomenta el Consejo la participación de los farmacéuticos en las actividades y decisiones colegiales? ¿Existen canales específicos para la comunicación y el feedback con los colegiados?

Los órganos ejecutivos y de representación del CACOF están constituidos por integrantes de los ocho Colegios de Farmacéuticos andaluces, que son a su vez quienes nos trasladan la voz y las propuestas que sus colegiados les manifiestan en las asambleas, reuniones generales o de zona que llevan a cabo dentro de sus respectivas provinciales.

Asimismo, el Consejo Andaluz cuenta con canales directos para la comunicación, tanto en formato presencial como digital, en los que los farmacéuticos andaluces pueden trasladarnos sus propuestas e inquietudes. Dichos canales son las jornadas técnicas y formativas que promovemos desde el CACOF; encuestas, consultas y foros de participación o los formularios de contacto directo y redes sociales de nuestro Consejo, que permiten una comunicación ágil, cercana y bidireccional.

El farmacéutico es un profesional sanitario de primera línea. ¿Cómo contribuye el CACOF a potenciar el papel del farmacéutico en la salud pública de Andalucía, más allá de la dispensación de medicamentos (ej. campañas de salud, cribados, educación sanitaria)?

El CACOF lleva años apostando por lo que se denomina como Farmacia Asistencial, una apuesta por poner al paciente como epicentro de nuestra actividad y que aprovecha la amplia cualificación del farmacéutico para ofrecerle un consejo sanitario más completo y que complementa la dispensación de medicamentos.

Esta apuesta se ha materializado en servicios profesionales protocolizados ya presentes en farmacias de toda Andalucía, como es el caso del SPD (servicio personalizado de dosificación de medicamentos, especialmente útil para personas que deben tomar varios tratamientos), MAPAfarma® (monitorización ambulatoria de la presión arterial), AxónIctus® (cribado precoz de fibrilación auricular, que se asocia a un elevado riesgo de sufrir un ictus), AxónTabaKO® (apoyo profesional sanitario para abandonar el tabaquismo) PysmaSarco® (detección de obesidad sarcopénica en personas mayores) o ANM (acompañamiento en nuevos medicamentos). La implantación y desarrollo de estos servicios en nuestra red de oficinas de farmacia es posible y cada vez más homogénea, como he comentado antes gracias a AxonFarma®.

Más allá de esto, que son todos servicios orientados a la prevención y detección precoz de patologías y/o problemas relacionados con la medicación, recientemente firmamos un Protocolo de Actuación



ENTREVISTA

**LEANDRO FERNÁNDEZ
ARAMBURU**
CEO DE IBERIAN
SPORTECH

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Para comenzar, ¿podría compartimos la historia de Iberian Sportech? ¿Cuáles fueron los orígenes de la empresa y cómo ha evolucionado hasta su posición actual en el mercado de la tecnología deportiva?

Iberian Sportech nace del campo. Literalmente. La fundamos un grupo de jugadores profesionales de rugby —yo mismo he sido jugador de la selección española— que, después de muchos años viviendo el deporte desde dentro, vimos que hacía falta un enfoque más práctico, más adaptado a la realidad del día a día de clubes, centros y profesionales.

Lo que empezó siendo una idea entre compañeros con mucha pasión y muchas ganas se convirtió en un proyecto real, con una clara vocación: ofrecer soluciones útiles que realmente marquen la diferencia en el rendimiento y la recuperación.

Hoy, la mayoría del equipo de Iberian tiene algún tipo de vínculo con el deporte: exjugadores, entrenadores, fisioterapeutas... Y eso se nota en la forma de trabajar, en la cercanía y en la capacidad de entender al cliente, porque muchas veces hemos estado en su misma situación.

Hemos pasado de cargar el coche con material y hacer entregas o solucionar problemas in situ, a colaborar con federaciones, clubes de élite, universidades y clínicas de referencia. Aunque, para qué engañarnos... a veces seguimos haciéndolo (con chándal incluido).

¿Cómo describiría la filosofía o la visión fundamental que impulsa a Iberian Sportech? ¿Qué valores consideran clave en su relación con el deporte?

Nuestra filosofía siempre ha sido clara: escuchar de verdad y ofrecer soluciones adaptadas a cada cliente. No creemos en vender por catálogo sin entender antes el contexto. Cada proyecto tiene su ritmo y sus necesidades reales.

Eso sí, también hay que ser sinceros: de algo tenemos que comer, así que sí, vendemos máquinas (ríe). Pero lo hacemos desde un enfoque muy técnico, honesto y personalizado, con la intención de aportar valor real a quien confía en nosotros.

No hablamos de deporte como algo externo: lo hemos vivido. Y eso hace que los valores que promovemos —como la honestidad, la cercanía, la empatía y el compromiso— sean parte natural de nuestro día a día.

Siempre decimos que si algo no es para ti, te lo vamos a decir. No vamos a recomendarte lo más caro o lo más llamativo si no es lo que necesitas. Nuestro trabajo es ayudarte a encontrar lo que encaja contigo, incluso si eso implica recomendarte otra solución que no pasa por nosotros.

Desde nuestros inicios, nuestro lema fue "Solutions and Synergies", porque nunca quisimos ser solo un proveedor. Apostamos por generar relaciones útiles, duraderas y con valor mutuo. Hoy decimos "Limitless Sport Solutions" porque creemos que no hay una única forma de mejorar el rendimiento o la recuperación, y que hay que explorar todas las posibilidades.

Y durante mucho tiempo nos acompañó un guiño que resume muy bien lo que queremos ser: el Señor Lobo de Pulp Fiction. Porque, al final, nuestro papel es ese: ayudarte a resolver problemas, ponernos manos a la obra y encontrar soluciones eficaces y adaptadas

Leandro Fernández Aramburu: "Innovamos desde el campo para ofrecer soluciones reales al deporte y la recuperación"

a lo que tú necesitas. Sin rodeos. Sin complicaciones innecesarias.

¿Podría detallar la gama principal de servicios y productos que ofrecen? ¿Qué tipo de soluciones proporcionan al ámbito deportivo y a qué clientes van dirigidas?

Ofrecemos soluciones integrales tanto para el entrenamiento como para la recuperación. Eso incluye la venta y el alquiler de maquinaria deportiva, la consultoría técnica, el diseño de espacios de entrenamiento, la valoración física, la formación y, en muchos casos, el acompañamiento continuo.

"No vendemos por catálogo, escuchamos, entendemos y adaptamos cada solución al cliente"

Trabajamos con clubes profesionales, federaciones, centros de fisioterapia, preparadores físicos, readaptadores, entrenadores personales... pero también con profesionales independientes o proyectos que están empezando.

No nos sentimos cómodos con la etiqueta de "proveedor". Preferimos vernos como un partner técnico, alguien de confianza cuando surge un reto, una idea o una necesidad concreta.

Creemos mucho en las sinergias. Cuando conectas con profesionales que comparten valores contigo, es cuando realmente se pueden construir cosas importantes. Por eso buscamos relaciones a largo plazo, que vayan más allá de una compra puntual.

El sector deportivo está en constante evolución tecnológica. ¿Cómo fomentan la innovación interna? ¿Qué peso tiene la investigación y el desarrollo (I+D) en su estrategia?

La innovación está en nuestro ADN. Desde el principio apostamos fuerte por la investigación y el desarrollo, tanto desde el punto de vista técnico como desde el conocimiento aplicado.

Colaboramos con universidades, centros de formación, instituciones deportivas y profesionales de todo tipo. En muchos casos formamos parte activa de estudios científicos; en otros, apoyamos con material, diseñamos metodologías de trabajo o desarrollamos herramientas propias a partir del feedback de los usuarios.

Muchas veces, una charla con un fisio o un preparador físico ha sido el punto de partida para adaptar o crear un producto nuevo. Esa escucha constante nos permite mejorar y evolucionar de la mano del sector.

No hablamos de I+D porque quede bien en la web, sino porque lo sentimos como una responsabilidad real. Para nosotros, innovar es compartir, aprender y crecer con quienes están cada día en el campo.

Mirando hacia los próximos 3 a 5 años, ¿cuáles son los

planes estratégicos clave de Iberian Sportech? ¿Planean la expansión a nuevos mercados, la diversificación de productos o la consolidación en áreas específicas?

Estamos en un momento de crecimiento muy bonito, consolidando nuestro trabajo en España, pero también reforzamos nuestra presencia internacional: llevamos años colaborando con clientes en Europa y del mundo.

Uno de nuestros focos estratégicos, ahora, es el servicio de Alquiler Game Ready. Llevamos tiempo desarrollándolo con un objetivo: acercar esta tecnología —hasta ahora reservada al deporte profesional— a cualquier persona que la necesite. Un sistema que combina crioterapia y compresión para acelerar la recuperación tras una cirugía o una lesión, ayudando a reducir dolor e inflamación y a que las personas puedan volver cuanto antes a lo que realmente les importa en su vida diaria.

El alquiler es por semanas y asequible, pensado para que cualquier persona pueda acceder a él, no solo los deportistas de élite. Además, cuidamos la comodidad: podemos enviar la máquina a casa o incluso al hospital, si hay acuerdo, para que el paciente pueda empezar a usarla en la sala de despertar, asegurando que la recuperación comienza desde el primer minuto. Actualmente estamos muy centrados en su expansión en Andalucía, Extremadura, Murcia y Castilla-La Mancha, con la misión de que cada vez más gente conozca sus beneficios y pueda aprovecharlos.

Además, seguimos apostando por áreas que generen un impacto real en el deporte y la salud. Una de nuestras grandes prioridades es la formación: crear espacios donde los profesionales puedan aprender, compartir y crecer. Creemos firmemente que el conocimiento práctico, cuando se comparte con honestidad y experiencia, tiene un valor transformador a largo plazo.

Y, por encima de todo, queremos seguir construyendo comunidad. Un ecosistema donde marcas, profesionales, centros y deportistas puedan colaborar, compartir y crecer juntos. Iberian Sportech no es solo una empresa: es un punto de encuentro para quienes quieren mejorar el deporte desde dentro.





José Tenorio: “No hay salud sin salud mental”

ENTREVISTA

JOSÉ TENORIO

DECANO COLEGIO OFICIAL DE PSICOLOGÍA DE ANDALUCÍA OCCIDENTAL (COP-AO)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo ha cambiado la percepción social y la demanda de los servicios psicológicos en Andalucía Occidental a lo largo de los años y cómo ha respondido el Colegio a esta evolución?

A lo largo de los años ha ido cambiando y creciendo la positiva percepción social de la psicología en general.

En los últimos años, sí podemos decir que, aunque la psicología siempre ha tenido una percepción positiva, ha ido evolucionando, en el sentido de que las propias personas cada vez le han dado un mayor protagonismo.

En este sentido, el Colegio ha potenciado la presencia de psicólogos y psicólogas en los diferentes sectores, como el sanitario, educativo, los servicios sociales y en el ámbito laboral, principalmente.

La psicología, además, es una ciencia que está en constante avance. ¿Cómo impulsa el COPAO la investigación psicológica y la aplicación de sus resultados en también la práctica profesional?

En primer lugar, la psicología es la ciencia que estudia el comportamiento humano, en todas sus vertientes, ha tenido un importante avance, desde la segunda mitad del siglo pasado y todo lo que va del siglo XXI. Esto ha ayudado a que las intervenciones de los psicólogos tengan un mayor rigor basado en la ciencia.

Colaboramos en todas las investigaciones, en todos los proyectos que podemos. Tenemos una revista científica, “Apuntes de Psicología”, está hecha en colaboración con las Universidades de Sevilla, Cádiz, Córdoba y Huelva, y en estos 43 años de existencia está llena de artículos y de trabajos de base científica con una repercusión muy positiva para la práctica profesional.

Por otro lado, ¿cómo se está adaptando la psicología y el Colegio a esa transformación digital que llevamos viendo estos años? ¿Están explorando herramientas como la telepsicología, las apps de salud mental o la Inteligencia Artificial como apoyo en la práctica?

Sí, la psicología, como no puede ser de otra manera, se está adaptando óptimamente a la transformación digital, utilizando medios alternativos que le proporciona precisamente toda esta tecnología. Pero siempre es muy importante que sea sin menoscabar el rigor científico de la intervención y la ética, y los principios éticos que tiene la profesión entre los que se encuentran respecto a

los derechos de las personas que tratamos.

Llevamos ya tiempo explorando y utilizando herramientas de telepsicología, aunque sin dejar de tener en cuenta estos principios que he comentado. En este sentido, por ejemplo, el Colegio facilita a sus colegiados el acceso de plataformas digitales para sus intervenciones, con todas las garantías de confidencialidad y de protección de datos, elementos que no pueden garantizar todas las plataformas al uso, incluso las más conocidas. Es decir, nos interesa mucho desarrollar la profesión también a nivel de medios digitales, pero también nos interesa mucho que estos medios aseguren la protección de datos.

Con respecto a la Inteligencia Artificial, somos conscientes de que tenemos que desarrollar herramientas propias y en ello estamos.

En los tiempos que corren, la salud mental es una prioridad creciente. ¿Cuál es el papel del Colegio en la sensibilización y la promoción de la salud mental en la población? ¿Qué iniciativas destacarían en este ámbito?

Hay una expresión, de la cual ya nadie duda, y es que no hay salud sin salud mental. Por lo tanto, no existe un derecho a la salud, derecho que reclamamos todos abiertamente, si no existe también, implícitamente, un derecho a la salud mental.

En este sentido, ha habido un punto de inflexión en la población que ya no tiene vuelta atrás y es que cada vez valora más su salud mental y quiere mejorar en sentido.

Los problemas de salud mental son muy diversos y tienen muchas intensidades. Siempre somos conscientes de los trastornos mentales graves y le tenemos que seguir dando la importancia que tienen, pero, cada vez más, también vamos reparando los trastornos moderados.

En este sentido, la profesión, a través del Colegio, está trabajando mucho para que haya presencia de profesionales de la psicología en todos los sistemas que tienen más cercano las personas. Por supuesto, profesionales de la psicología en el sistema sanitario, tanto a nivel especializado como a nivel de atención primaria, en el sistema educativo, que haya psicólogos como tal en los centros que estén viendo y analizando la salud emocional y la mental de los niños y niñas en los servicios sociales y en el ámbito laboral.

Estas son las principales iniciativas que estamos defendiendo actualmente.

Por otro lado, ¿cuáles son los principales retos en salud mental que identifican desde el Colegio en la sociedad andaluza y cómo se están articulando soluciones o propuestas de las administraciones?



A nivel andaluz, como a nivel de Estado, se aprecia, como ya he comentado antes, un incremento tanto de problemas de salud mental de las personas como de concienciación de que esos problemas hay que resolverlos, que no se van solos. También partimos de la base de que todavía tenemos falta de recursos profesionales de psicología en todos aquellos ámbitos asistenciales que tiene la persona.

A nivel de la sanidad andaluza, ahora mismo tenemos dos principales desafíos. Uno, potenciar la red especializada de salud mental y, concretamente, potenciar la presencia de psicólogos clínicos en esta red especializada. Necesitamos más plazas PIR de residentes en psicología para que haya más psicólogos especialistas y necesitamos también que haya un mayor número de profesionales de psicología clínica en la red especializada pública. Porque Andalucía sigue estando por detrás de la media, incluso nacional. En Andalucía estamos en torno a algo más de 4 psicólogos por cada 100.000 habitantes. En España la media está en 6, pero es que en Europa está en 18. Por lo tanto, es un desfase importante que tenemos que ir paliando.

Otro desafío es la utilización de la atención primaria para dar también una asistencia psicológica. La atención primaria está en contacto con el 100% de la ciudadanía y tenemos que utilizarla para dar atención psicológica, cosa que actualmente no ocurre. ¿Por qué? Porque utilizamos un recurso más próximo, reducimos el uso de psicofármacos, que preocupa cada vez más a la sanidad, se están utilizando muchos psicofármacos para trastornos moderados y esto conlleva un riesgo de sobremedicación, se están previniendo trastornos crónicos y graves, y también estamos trabajando con distintas edades.

Tenemos que recordar mucho que hay que trabajar mucho con niños y adolescentes, porque la base de la atención psicológica de estos niños va a repercutir mucho en la futura salud mental.

Para concluir ¿trabajan actualmente en algún proyecto que pudiera comentarnos? ¿En qué objetivos a corto o a largo plazo trabajan?

Vamos a iniciar un proyecto muy novedoso en el ámbito laboral, que va a estar dirigido a la prevención de riesgos laborales para diseñar una herramienta digital para evaluar el problema de la prevención de problemas psicológicos en personas cuidadoras a domicilio. Este estudio va a estar financiado por el Instituto Andaluz de Prevención de Riesgos Laborales, ya que nos preocupa la salud mental de muchos trabajadores y trabajadoras.

Pero, sin duda, el mejor proyecto que ahora mismo existe, que es de la sanidad andaluza, pero es un proyecto con el que nosotros vamos a colaborar con todo el apoyo posible, es la implantación de la asistencia psicológica en la atención primaria, y también una mayor dotación de especialistas en la atención especializada.





Carlos Pérez: “La innovación es nuestra seña de identidad”



ENTREVISTA

CARLOS PÉREZ
FUNDADOR Y DIRECTOR
COBIOMIC

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo fueron los inicios de Cobiomic? ¿Cuál fue la visión inicial que impulsó su creación y cómo se ha materializado en el panorama actual de la biomedicina?

Cobiomic nace hace 3 años, fruto de los resultados de investigación que estábamos desarrollando tanto en la Universidad de Córdoba como en el Instituto de Investigación Biomédica de Córdoba (IMIBIC).

Concretamente, somos un *spin off*, una empresa que surge gracias a esa investigación, respaldados por estas dos instituciones.

Durante toda nuestra trayectoria hemos plasmado en publicaciones científicas todos aquellos resultados que estábamos alcanzando en el laboratorio, pero que verdaderamente no estaban llegando a tener un impacto como tal en los pacientes. Decidimos crear esta empresa, con el ánimo de tener una herramienta más que permita trasladar los resultados de investigación desde el laboratorio hasta la sociedad. Entre nuestros socios fundadores, encontramos un equipo multidisciplinar formado por 4 doctores en biomedicina que son profesores de universidad, investigadores médicos junto con una figura internacional del mundo que proviene de la Universidad de Cambridge.

Consideramos que hemos tenido una trayectoria brillante hasta el momento y que nos encontramos en una situación de consolidación en todos los sentidos.

Por otro lado, ¿cómo ha influido su ubicación en Andalucía en la evolución y las alianzas estratégicas de Cobiomic aprovechando el talento o la infraestructura de la región?

Nos encontramos en una situación única y nos hemos nutrido de todo lo que nos da Andalucía.

Por una parte, ese apoyo institucional, tanto de Universidad de Córdoba como de IMIBIC, dos instituciones de referencia que nos apoyaron desde el primer momento para salir adelante fue fundamental. También hemos tenido suerte de contar, gracias al IMDEEC, con una bioincubadora de empresas biotecnológicas que hay en Córdoba, Córdoba Biotech, que a nivel de infraestructura nos ha permitido acceder a unos laboratorios propios, con maquinaria de primer nivel, mentores, etc.

También me gustaría destacar el acceso que tenemos al talento investigador que hay en Andalucía. Nosotros, desde que creamos la empresa, hemos podido incorporar a gente joven, personal muy bien preparado que se ha formado aquí, que son andaluces y que tienen unas capacitaciones ideales para nuestra empresa, como el dominar cualquier técnica de investigación a nivel biomédica, incluso también con habilidades a nivel de bioinformática, que es un área que hoy en día está en auge y que nosotros la necesitamos.

Además, desde la Junta de Andalucía se están brindando diferentes oportunidades, porque están apoyando a la investigación y a la innovación, con convocatorias de subvenciones a las que podemos acceder para desarrollar nuestros propios proyectos.

Todo este conjunto hace de Andalucía un sitio único para llevar a cabo nuestra actividad.

Para conocernos más, ¿podría describir los principales servicios y productos que ofrecen? ¿Cómo se traducen sus capacidades en genómica, proteómica u otras ómicas en soluciones tangibles para sus clientes?

La actividad principal de Cobiomic se divide en dos partes.

Una primera parte de servicio, donde tenemos un servicio de análisis de biomarcadores que ofrecemos para otros investigadores. Lo que hacemos es que, en tan solo una gota de cualquier biofluido, ya sea una lágrima, saliva, orina, sangre, etc., somos capaces de analizar miles de biomarcadores proteicos al mismo tiempo. Esto supone un gran volumen de información para los investigadores de cualquier área de conocimiento ofreciéndole marcadores informativos sobre la evolución de un paciente, la respuesta de una determinada terapia, así como un diagnóstico precoz.

Este servicio se basa en una tecnología pionera aquí en España, que nos ha permitido recibir ya muestras

de diferentes instituciones de ámbito nacional, incluso internacional, tanto de hospitales e institutos de investigación, como de universidades, así como de la industria farmacéutica. En la actualidad hemos analizado más de 15.000 muestras biológicas generando más de 1 millón de datos de biomarcadores para la comunidad científica.

Por otro lado, dentro de la empresa también tenemos un área de innovación y desarrollo donde estamos generando otras herramientas de medicina de precisión que puedan ayudar a un grupo en concreto de pacientes. Nosotros venimos de la investigación de enfermedades inflamatorias crónicas, de patologías como, por ejemplo, la artritis reumatoide o las espondiloartropatías. Recientemente hemos desarrollado un test sanguíneo que permite predecir si un paciente va a responder o no a una terapia en concreto antes de que se la administre. En esa línea, llevamos ya bastantes años trabajando, hemos conseguido ya un prototipo que hemos validado en varios grupos de pacientes y nos enfrentamos ahora mismo a todo lo que son las fases regulatorias para poder llevar esta innovación al sistema de salud.

La innovación es el motor de la ómica. ¿Cómo estructura la empresa su estrategia de I+D para mantenerse a la vanguardia de un campo que evoluciona tan rápidamente?

La innovación es nuestra seña de identidad, los fundadores somos investigadores que llevamos más de 15 años ejerciendo.

A día de hoy, por ejemplo, la capacitación tecnológica que tenemos, con esa tecnología con la que nosotros hacemos servicios, es pionera en España. Además, es una tecnología que utilizamos también para nuestra propia investigación.

El eje central de nuestra actividad sería esta innovación tecnológica, con el que damos apoyo y soporte a otras investigadoras y, por otro lado, nos permite a nosotros mismos seguir innovando continuamente.

En el área de investigación y desarrollo utilizamos esta tecnología pionera de análisis de biomarcadores que combinamos con datos clínicos empleando herramientas de Inteligencia Artificial, de tipo *machine learning*, para conseguir combinaciones o algoritmos que son capaces de predecir cuál es la mejor terapia para cada paciente.

Para concluir, ¿cuál es la visión a largo plazo de Cobiomic sobre su contribución a la salud global y la comprensión de enfermedades? ¿Dónde se ven en el mapa de la investigación y aplicación biomédica en una década?

Nuestra ambición es situarnos en una posición importante dentro del panorama biotecnológico. Actualmente ya contamos con una posición destacada en Andalucía, somos una de las empresas que ha surgido con mayor fuerza y queremos llegar a consolidarnos como una empresa de referencia a nivel nacional e incluso internacional.

Contribuimos a la salud futura de los pacientes, ya que gracias a este análisis de biomarcadores estamos permitiendo que otros investigadores avancen en sus proyectos para que el día de mañana mejoren y encuentren nuevas herramientas que permitan que esa medicina de precisión se establezca en cualquier área, en cualquier enfermedad.

Por otro lado, gracias a estos desarrollos que estamos haciendo en el área de la enfermedad inflamatoria crónica, creemos que podemos ayudar a muchísimas personas. Estamos apostando por introducir en el sistema de salud un test que permita al paciente recibir la terapia que mejor le venga, y eso aporta multitud de beneficios. Por un lado, el paciente no tiene que pasar por terapias que no le van a funcionar y, por otro lado, el sistema de salud no perdería dinero en terapias que no están siendo efectivas.

Con nuestra actividad, está claro que estamos impactando de forma directa y de forma indirecta en la salud. Gracias a este crecimiento que estamos teniendo de forma sostenible, queremos situarnos como una empresa de referencia en el mundo de la medicina de precisión a nivel internacional.





Raquel Podadera: “Queremos tener un papel de liderazgo en la salud digital del futuro”



ENTREVISTA

RAQUEL PODADERA
REGIONAL MARKETING AND
COMMUNICATIONS LEAD EN
DEDALUS IBERIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Para empezar, ¿podría contarnos un poco sobre el origen de Dedalus y cómo se ha convertido en una de las empresas líderes en software de salud?

Dedalus es una compañía italiana especializada en software sanitario, que acumula más de 40 años de trayectoria. Su evolución se ha producido por fases, desde un proveedor local de soluciones de historia clínica electrónica hasta convertirse en un actor global en innovación tecnológica para sanidad. Este crecimiento ha estado marcado por adquisiciones estratégicas, en una primera fase en Italia, y a partir de 2016, a nivel internacional, con el apoyo del fondo de inversión Ardian.

Esa expansión se fortaleció en con la compra de los negocios de software sanitario de Agfa Gevaert en 2020 y DXC Technology en 2021, consolidando su posición como la compañía de software para salud y diagnóstico clínico líder en Europa, y una de las tres primeras a nivel mundial. Nuestro enfoque combina innovación tecnológica con propósito con una visión integral de continuidad asistencial en tiempo real.

Sin duda alguna, Raquel, la innovación es clave para Dedalus, ¿qué significa para ustedes la innovación en el día a día?

La innovación forma parte de nuestro ADN. Innovamos con propósito para desarrollar soluciones que cubren todo el continuum asistencial con herramientas que ayuden a mejorar la experiencia de profesionales sanitarios y pacientes: sistemas de

gestión hospitalaria e historia clínica digital inteligente, herramientas de soporte clínico y operacional, automatización de procesos, ayuda a la toma de decisiones clínicas en tiempo real, gestión integral del recorrido asistencial del paciente, con trayectorias clínicas avanzadas y prescripción de activos de salud, tecnología *cloud-native* al servicio de la imagen médica e inteligencia artificial aplicada, entre otras.

Actualmente, la compañía opera en más de 40 países, damos soporte a más de 7.500 organizaciones sanitarias y 5.700 laboratorios en todo el mundo, y nuestras soluciones apoyan a más de 540 millones de personas a nivel global, liderando la transformación digital del sector salud con soluciones interoperables y centradas en el paciente. En España, por ejemplo, el 80% de las autoridades regionales de salud trabajan con alguna de nuestras soluciones, que cubren a más de 30 millones de ciudadanos, y gestionamos más de 17 millones de historias clínicas electrónicas.

Un rasgo distintivo de Dedalus es la inversión en I+D: aproximadamente el 40% de la plantilla está dedicada al diseño y desarrollo soluciones. Contamos con 18 hubs de I+D a nivel global y España es uno de esos hubs: desde aquí se diseñan y desarrollan soluciones que después se despliegan a nivel global. En Andalucía tenemos centros de excelencia —en Málaga TechPark y en el Parque Empresarial La Cartuja— y casi el 50% de la plantilla de nuestra región de Iberia (cerca de 300 empleados) trabaja desde Andalucía en áreas de I+D.

Concretamente, ¿cuáles son las principales soluciones que ofrecen al mercado español y, en particular, al andaluz?

Dedalus destaca por su experiencia global y capacidad local para impulsar la transformación de modelos asistenciales en distintos sistemas sanitarios. Así, estamos preparados para seguir acompañando al Sistema Nacional de Salud en su evolución y transformación.

En cuanto a soluciones concretas, podemos destacar nuestra plataforma de telemonitorización de pacientes crónicos, actualmente desplegada en Andalucía, que aporta capacidades de telecuidados, autoseguimiento y telemonitorización a la prestación asistencial para incrementar la eficiencia, accesibilidad y calidad en la atención proactiva y personalizada de pacientes crónicos, evolucionando hacia un modelo asistencial innovador que rompe las barreras del hospital.

Igualmente, podemos destacar nuestra solución de historia clínica digital única, Dedalus Care HCIS, reconocida como TOP 1 en los *2025 Best in KLAS Research: Software & Services* en el sur de Europa. En España está ampliamente desplegada y continuamos evolucionándola e invirtiendo para dotarla de capacidades avanzadas para mejorar la calidad y continuidad asistencial: IA para poner el conocimiento clínico al alcance del profesional, facilitar el acceso a información clínica relevante de los pacientes; automatización y estandarización de los procesos asistenciales como nuestros módulos de trayectorias clínicas, y uso de estándares (FHIR) que permitan procesos transversales, con una renovación tecnológica continua.

La IA está tomando cada vez más relevancia en el core de la funcionalidad de la historia clínica y las soluciones de diagnóstico. En este sentido, la velocidad de evolución de la IA está siendo tal que tiene cada vez más sentido consumirla en la nube, donde la innovación tiene una agilidad que no se tiene en los entornos on premises.

En este sentido, este año, hemos lanzado nuestra solución de imagen médica nativa de la nube, DeepUnity PACSOnWEB. Vemos una oportunidad de mejorar la calidad y experiencia asistencial de pacientes y profesionales en el diagnóstico por imagen con soluciones tecnológicas en la nube que permiten una escalabilidad acorde a las necesidades presentes y futuras, reforzado con soluciones y metodologías de Analytics e IA para potenciar la toma de decisiones basada en información relevante extraída a partir de los datos.

Una de las soluciones más comentadas sería el Command Center, ¿puede explicarnos en qué consiste y cómo ayuda a optimizar la prestación de servicios en una organización sanitaria?

El Command Center es una plataforma avanzada diseñada para monitorizar en tiempo real el funcionamiento de organizaciones sanitarias y servicios de salud, y optimizar la prestación de servicios sanitarios mediante el uso inteligente de datos.

Basado en Inteligencia Artificial y machine learning, el Command Center actúa como cerebro operativo y estratégico de organizaciones sanitarias y sistemas de salud ya que permite visualizar en tiempo real el estado de los procesos críticos —como urgencias, quirófanos o altas hospitalarias—, predecir picos de demanda y generar alertas tempranas ante eventos clínicos o administrativos. Así se transforma la gestión sanitaria: de reactiva a predictiva y anticipativa, de fragmentada a integrada.

Puede ayudar a mejorar el rendimiento de servicios críticos como quirófanos, hospitalización o urgencias. En el bloque quirúrgico, por ejemplo, permite proponer hasta siete intervenciones nuevas respecto a la planificación inicial, lo que permite reducir el tiempo medio en la lista de espera quirúrgica de un determinado servicio por paciente en un 10%. Asimismo, facilita la previsión de la carga asistencial en urgencias y otras áreas críticas.

En definitiva, gracias a plataformas como Dedalus Command Center, la tecnología actúa como el sistema nervioso del sistema de salud, capaz de monitorizar, detectar, anticipar y coordinar en tiempo real.

Asimismo, Raquel, y más allá de estas soluciones y proyectos, me gustaría conocer cuál es la visión a largo plazo de Dedalus para la sanidad del siglo XXI. Dentro de 10 o 15 años, ¿dónde ven a la compañía y cuál es vuestra aspiración para el futuro de la salud digital?

A medio-largo plazo, nos posicionamos como una compañía líder en continuidad asistencial, con la innovación tecnológica con propósito como el medio para alcanzar el ecosistema de salud que visualizamos.

Un ecosistema de salud, digitalmente habilitado, en el que todas las partes —la sociedad, los pacientes, los sistemas de salud, las organizaciones sanitarias y los profesionales— colaboran de manera activa a lo largo del continuo asistencial para mejorar los resultados en salud de cada ciudadano. Nuestro propósito es diseñar y desplegar herramientas digitales de última generación que permitan a los profesionales y organizaciones sanitarias explotar al máximo el valor de los datos para ofrecer la mejor atención sanitaria en un planeta más saludable.

Ese es el futuro ideal que visualizamos: un entorno donde la innovación impulse el flujo seguro y eficiente de la información y el conocimiento en salud, y donde Dedalus sea el socio tecnológico preferente de los sistemas de salud para liderar la transformación.





Benjamín Ruiz: “Nuestro mayor desafío es mejorar cada día”

ENTREVISTA

BENJAMÍN RUIZ
DIRECTOR GENERAL
DE CLÍNICA BEIMAN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El pasado año tuvimos la oportunidad de conocer en profundidad la unidad capilar de Beiman a través de su responsable, Santiago Ruiz Fernández. En esta ocasión, ampliamos la mirada para abordar la visión global del grupo médico andaluz de la mano de su Director General, Benjamín Ruiz. ¿Cuál es ahora mismo el posicionamiento de Beiman en el panorama sanitario andaluz y qué áreas médicas han cobrado mayor protagonismo en su modelo asistencial?

Clínica Beiman es un centro de especialidades que deriva muchísima energía e ilusión a todo lo que gira alrededor del aparato locomotor, la medicina deportiva, la traumatología, la fisioterapia, la readaptación, la biomecánica o la podología.

Nuestra especialidad es el trabajo con deportistas, ya sean amateur o profesionales, o personas activas.

En la actualidad tenemos 17 centros, 13 de ellos en Andalucía, 3 en Navarra y otro en La Rioja. Principalmente atendemos le-

siones de deportistas, como, por ejemplo, en fútbol, triatlón, taekwondo, etc., colaboramos con 23 federaciones distintas. También trabajamos para fortalecer otras áreas de atención médica muy especializadas para trabajadores como taxistas, abogados, contables, obreros de la construcción, que tienen problemas de espalda, problemas de rodilla, de tobillo...

Todo ello va acompañado con otras especialidades que complementan nuestra magnífica oferta. Otras especialidades son la medicina capilar y la medicina estética.

Este año hemos iniciado una unidad de reconocimientos médicos deportivos. Estamos muy ilusionados, puesto que le damos un carácter muy profesional al reconocimiento médico. Entendemos que el contacto que tenga un deportista por primera vez con un servicio médico para hacerse un reconocimiento tiene que ser muy profesional.

Como director general, ¿cuáles diría que han sido las principales claves del crecimiento sostenido que ha experimentado el grupo en estos últimos años?

Principalmente, han sido nuestras apuestas, pero lo más importante ha sido la apuesta por nuestro equipo humano, forman un grandísimo equipo y nos preocupamos por estar en continua formación, incorporando la última tecnología y técnicas, con mucha ilusión.

La ilusión es algo que a veces queda fuera cuando se analizan los parámetros para conseguir metas. Nosotros consideramos que hay que tener muy buena formación, tecnología, marketing, recursos humanos etc., pero

la ilusión y las ganas de trabajar son capaces de solventar cualquier problema, esas han sido las claves de nuestro crecimiento.

Por otro lado, la diversificación de servicios es uno de los valores diferenciales de Beiman, como bien hemos comentado. ¿Cómo gestionan internamente esa coordinación entre especialidades para ofrecer una atención que sea verdaderamente integral?

Para Clínica Beiman es fundamental contar con un equipo formado por diferentes profesionales de distintas especialidades, ya que es fundamental para tratar a los deportistas. Normalmente, los pacientes necesitan ser tratados por un médico deportivo que les manda una radiografía, una ecografía o una resonancia, un traumatólogo, fisioterapeuta, en Beiman nuestros pacientes van a encontrar todo lo que necesitan para recuperarse de una manera excelente y cuanto antes, todo en el mismo lugar.

Todos nuestros especialistas están en contacto continuo para establecer el mejor tratamiento para cada caso. En definitiva, conseguimos que se haga un trabajo interdisciplinar y coordinado.

También consideramos fundamental que el deportista se implique de manera activa en la recuperación, siempre sugerimos trabajo adicional que el paciente puede realizar en casa. Necesitamos de la colaboración del paciente en casa, supone un compromiso con su curación.

En el contexto sanitario en el que nos encontramos, ¿qué otros elementos consideran estratégicos para diferenciarse y fidelizar a los pacientes?

Consideramos muy importante que el paciente sea consciente de que está totalmente implicado en ese proceso de curación. El que exista una muy buena comunicación entre paciente y profesional es vital.

Por otro lado, ¿qué papel juega la innovación tecnológica en su estrategia de futuro y qué avances están implementando para mejorar tanto el diagnóstico como el tratamiento?

Para Clínica Beiman la tecnología es importantísima. Siempre nos gusta decir que no solo la tecnología punta es electrónica, también hay tecnología punta en procedimiento y en atención.

Nuestro director médico, Juan de Dios Beas, experto en medicina del deporte y traumatología, nos asesora acerca de las tecnologías que van apareciendo en los diferentes campos de la medicina.

Es fundamental trabajar con profesionales, pero también es importantísimo usar los elementos tecnológicos adecuados, como máquinas de calor para estimulación de fibras, máquinas de calor, ecógrafos, electroterapia, etc.

“Nuestra especialidad es el trabajo con deportistas”

La formación continua y el equipo humano son pilares en cualquier proyecto sanitario. Pero en Beiman van un paso más allá. ¿Cómo trabajan desde para atraer, retener y formar talento médico y asistencial?

Afortunadamente, son muy buenos profesionales los que acuden a nuestra área de recursos humanos para trabajar en Beiman, principalmente por el tipo de paciente que tenemos y el tipo de tecnología con la que contamos. Nos sentimos muy honrados y afortunados. Pero, además, nosotros tenemos constantemente una vigilancia acerca de qué elementos de formación serían interesantes. Si detectamos, por ejemplo, que haría falta una formación específica en determinados centros, sobre la forma más eficiente de explorar una rodilla, nos preocupamos de que se dé esa formación interna para que cada vez esa exploración de rodillas sea mucho más eficiente.

Para concluir, ¿cuáles son los principales retos y objetivos estratégicos que se ha marcado Beiman a corto y medio plazo, tanto a nivel regional en Andalucía como a nivel nacional?

Siempre me gusta decir que nuestro mayor reto es mejorar cada día, redondear cada día nuestros procesos de atención a cualquier paciente. Con absoluta sinceridad, la mejora de cada día, ver dónde podemos ser más eficientes, cómo podemos actuar de manera más rápida.

Actualmente, estamos inmersos en un proyecto grande en Algeciras, también vamos a ampliar uno de nuestros centros de Sevilla y, probablemente, volvamos a salir de Andalucía, quizás a principios del 2026, en una región en la que aún no estamos.



Fé Isabel García Maceira: “Queremos crecer de forma sostenible y consolidarnos en el sector biotecnológico”



ENTREVISTA

**FÉ ISABEL GARCÍA
MACEIRA**

RESPONSABLE DE
OPERACIONES EN TIARIS
BIOSCIENCES SL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es la misión principal de Tiaris Biosciences y en qué ámbitos de la salud están centrando actualmente sus esfuerzos?

Tiaris es una empresa dedicada al desarrollo, fabricación y comercialización de productos de biología molecular, dentro del campo de las ciencias de la vida. Nos centramos concretamente en biología molecular y celular, con una cartera de productos que abarca desde sistemas de purificación de ácidos nucleicos hasta soluciones para PCR genéricas y específicas para detección de fitopatógenos,

así como sistemas de clonación. Nuestro objetivo es proporcionar soluciones útiles tanto para investigadores como para sectores específicos como el agroalimentario.

Desde el área de operaciones, ¿cuáles son los principales desafíos que implica coordinar innovación científica con eficiencia empresarial?

Los desafíos son muchos y variados. Por un lado, el desarrollo de productos científicos innovadores es un proceso técnicamente complejo. A esto se suman los largos tiempos de desarrollo, las validaciones necesarias y los costes asociados, que suelen ser elevados. Llevar un producto al mercado requiere inversión, tanto en recursos humanos como financieros, y supone mantener la empresa operativa durante un tiempo prolongado sin retorno económico inmediato. Este equilibrio entre innovación, financiación y eficiencia es uno de los grandes retos del sector.

¿Qué papel juega la biotecnología en el desarrollo de tratamientos personalizados y qué potencial tiene en la prevención de algunas enfermedades?

Aunque los productos que desarrollamos en Tiaris podrían tener aplicación en salud, actualmente no nos centramos en ese ámbito, precisamente porque los plazos y requisitos regulatorios son aún más extensos y complejos.

Desde su fundación, Tiaris ha optado por centrarse en áreas de las ciencias de la vida que no exigen certificaciones sanitarias tan estrictas, lo cual nos permite llegar antes al mercado y mantener nuestra viabilidad como empresa emergente. Nuestros clientes principales son universidades, centros de investigación y empresas del sector agrario que necesitan soluciones como análisis de patógenos o estudios de microbiota del suelo.

¿Cree que el uso de sus productos en el ámbito de la salud podría ser viable en el futuro?

Es posible, pero no es nuestra prioridad actual. Como comentaba, las validaciones sanitarias y certificaciones requeridas para productos de uso clínico son muy costosas y alargan en exceso los tiempos de comercialización. Por eso, de momento, preferimos seguir operando en sectores donde nuestros productos aportan mucho valor pero con barreras de entrada más manejables.

Ustedes trabajan en campos como la educación o la agricultura, que también tienen una conexión directa con la salud pública. ¿Cómo valoran esa contribución?

Sin duda, todo está interconectado. Agricultura, investigación, alimentación... todo forma parte de un ecosistema que impacta directamente en la salud de las personas. España, y especialmente Andalucía, tienen un gran potencial en el sector agrícola. Desde Tiaris trabajamos precisamente para apoyar a estos sectores con soluciones tecnológicas eficaces, rápidas y accesibles. No es fácil abrirse camino, pero estamos convencidas de que existe un gran mercado por explorar.

¿Creen que el sector biosanitario andaluz está preparado para competir a nivel nacional e internacional en materia de biotecnología?

Sí, sin ninguna duda. De hecho, en Tiaris ya estamos ampliando nuestra red de distribución y hemos comenzado a operar también en Portugal. Nuestros productos son perfectamente válidos tanto en el mercado nacional como en otros mercados internacionales. Contamos con la calidad y la capacidad para competir a gran escala.

¿Cómo valora la incorporación del talento joven y femenino en empresas tecnológicas de este ámbito, como Tiaris?

La incorporación femenina es muy importante. De hecho, Tiaris es una empresa fundada y dirigida por mujeres. Esta realidad nos ha permitido acceder a determinados programas y ayudas públicas destinadas específicamente a promover la presencia de la mujer en la ciencia y la tecnología. Ha sido un impulso muy positivo para nosotras. También apostamos mucho por el talento joven: todos los años recibimos estudiantes en prácticas y, de hecho, recientemente hemos incorporado a una persona joven a nuestra plantilla. Vienen muy bien formados y con muchas ganas de aportar.

¿En qué avances o líneas de innovación están trabajando actualmente que puedan tener un impacto relevante?

Nuestra línea de innovación más ambiciosa es el desarrollo de un sistema de detección molecular in situ para identificar patógenos directamente en el campo. Esto permitiría, por ejemplo, a un agricultor saber si su cultivo está infectado con un virus como el rugoso del tomate sin tener que esperar días o semanas por los resultados de un laboratorio. Sería un gran avance porque actualmente ese tipo de diagnósticos requieren el envío de muestras y análisis externos, lo que conlleva retrasos que pueden suponer pérdidas económicas importantes.

Estamos trabajando en convertir un proceso complejo, que normalmente requiere muchos equipos y personal técnico, en algo accesible y portátil, que pueda hacerse con una pipeta y un tubo de ensayo directamente en el invernadero. Es técnicamente muy difícil, pero hemos conseguido financiación para ello y avanzamos con ilusión. También estamos trabajando en automatización de procesos como la purificación de ácidos nucleicos, para reducir la carga de trabajo manual en laboratorio.

“El talento joven llega muy bien formado y con muchas ganas de aportar”

Por último, ¿qué objetivos estratégicos se han marcado en Tiaris para los próximos años en un sector tan dinámico como este?

Nuestro objetivo más inmediato es obtener la certificación ISO 9001, relacionada con la calidad en la venta de reactivos, algo que esperamos conseguir antes de que finalice el año. Además, queremos consolidarnos en el mercado del fitodiagnóstico, que es uno de nuestros principales nichos de actividad. Por supuesto, buscamos también ampliar nuestra base de clientes y seguir innovando en productos que respondan a necesidades reales del sector. En definitiva, crecer de manera sostenible y consolidar la posición de Tiaris en el panorama biotecnológico nacional e internacional.

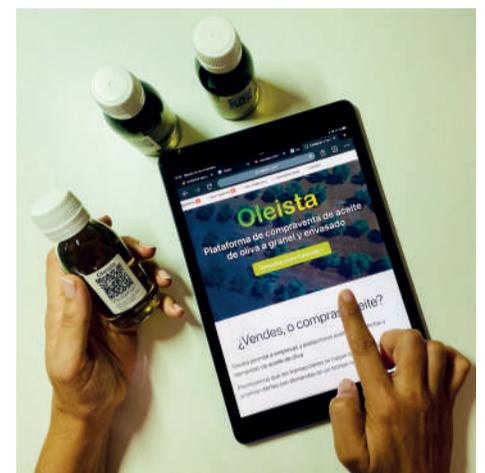


MARINA MÉRIDA PALOMAR. OLEISTA

Lo mejor es ver cómo ayudamos a productores y compradores a resolver necesidades

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Oleista es una plataforma digital que conecta a productores, compradores y brokers de aceite de oliva a granel y envasado al por mayor, para que puedan realizar sus transacciones de forma directa, superando sus barreras físicas y lingüísticas, aumentando sus canales de comercialización. La idea partió de Marina Mérida que “como agricultora y socia de una pequeña cooperativa olivarera cordobesa, detecté que muchas de estas pequeñas almazaras, especialmente en zonas rurales como la mía, Priego de Córdoba, no contaban con recursos para comercializar su aceite. Con la creación de Oleista, quisimos

ofrecerles una herramienta tecnológica que les permitiera llegar a nuevos mercados de forma sencilla y eficaz, ofreciéndoles la posibilidad de realizar una negociación directa completamente registrada y documentada, todo ello con el respaldo de la tecnología”.
 “Todo surgió al compartir la idea con un amigo empresario que creyó en el proyecto desde el principio. Con su apoyo y el de un ingeniero informático, formamos el equipo perfecto para lanzar Oleista: Una ingeniera agrónoma, un ingeniero industrial/economista y un ingeniero informático”, explica esta joven que afronta su primera experiencia emprendedora que ha supuesto “un reto verdaderamente apasionante. He aprendido muchísimo y estoy muy orgullosa de que



nuestro proyecto haya contado con tanto apoyo desde el principio. Lo mejor es ver cómo ayudamos a productores y compradores a resolver necesidades. Lo más difícil durante todo este tiempo, ha sido afrontar los nuevos retos a los que nunca me había enfrentado hasta ahora: desarrollos tecnológicos que desconocía, implementación de

nuevos sistemas informáticos, estrategias de mercado y posicionamiento”.
 Marina se enorgullece de haber creado una herramienta desde Andalucía, pero su pensamiento está en “abrir oficinas en los principales países productores de aceite de oliva. Así podremos ofrecer un servicio más cercano y adaptado a nuestros clientes internacionales. Aunque nació pensando en las almazaras españolas, hoy en día tiene impacto mundial con usuarios de más de 60 países”.

MICHEL VELÁZQUEZ. mSurgery

Emprender te da libertad para construir algo propio



vez un quirófano en España con un experto en Japón, que pudo, en tiempo real y desde su casa en Osaka seguir los procedimientos quirúrgicos, recomendar y guiar al personal médico en Málaga. Aquella experiencia nos hizo ver el valor que tiene

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
“mSurgery desarrolla tecnología para mejorar la colaboración entre cirujanos. Gracias a nuestra plataforma, médicos de distintos lugares pueden conectarse en tiempo real para aprender, compartir conocimientos o ayudar durante una operación, sin necesidad de estar físicamente presentes. Esto es posible gracias a tecnologías propias que combinan transmisión con latencias ultra bajas y el uso de realidad aumentada, mixta y virtual, ofreciendo una experiencia inmersiva y cercana a estar dentro del quirófano. Nuestro objetivo es romper las barreras geográficas y hacer que el mejor conocimiento en cirugía esté disponible en cualquier lugar del mundo”. Así describe Michel Velázquez esta empresa que partió de una idea en 2019, “en el ámbito de un proyecto de retos de innovación 5G, en ese proyecto conectamos por primera

poder compartir conocimiento quirúrgico en tiempo real, sin importar la distancia. A partir de ahí entendimos la necesidad de llevar el quirófano a cualquier lugar del mundo, el impacto potencial de contar con experto como si estuviese al lado del cirujano y el reto tecnológico que suponía hacerlo posible de forma accesible, estable y completamente inmersiva”.

Este emprendedor se ha forjado en el mundo académico donde ha sido profesor universitario. “Siempre tuve la inquietud de que los proyectos de I+D no se quedaran solo en publicaciones o prototipos, sino que se convirtieran en soluciones reales, comerciales, con impacto en la sociedad. Emprender fue la forma de dar ese paso y llevar ese conocimiento más allá del laboratorio; además, me permite vivir todo el proceso, implicarme al máximo y contribuir activamente a transformar la realidad”.

“Emprender te da libertad para construir algo propio, tomar decisiones, equivocarte, volver a empezar... y ver cómo una idea se convierte en realidad. Y si lo haces bien, ver cómo llega a la sociedad y cómo impacta en la vida de muchas personas. La implicación es total, y eso lo hace muy gratificante”, asegura este nuevo emprendedor que le da mucho valor a “emprender en mi zona tiene todo el sentido. Andalucía cuenta con talento, centros sanitarios de referencia y muchas ganas de avanzar. Pero aún podemos reforzar el ecosistema empresarial, especialmente en salud, y convertir ese potencial en proyectos que crezcan, se queden y generen valor aquí. Desde mi experiencia, estoy totalmente dispuesto a aportar para que eso ocurra”.



MARÍA JESÚS GARRIDO. MINIFUNKIDS

Queremos ser el “Netflix” de la inclusión en Realidad Virtual



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Minifunkids es una Plataforma de contenidos de Realidad Virtual para mejorar la vida de niños con neurodiversidad y diversidad funcional. Centrados en la atención a las Necesidades Educativas Especiales y Atención Temprana. “Creamos experiencias que despiertan sonrisas, aprendizajes y conexiones reales”, comenta María Jesús que detectó “cómo la realidad virtual podía abrir puertas a niños que a menudo encuentran muros. Quise convertir esa tecnología en una herramienta accesible para ellos y así mejorar su calidad de vida. Después de años de experiencia con niños con trastornos neurológicos, entendí que muchas de sus necesidades seguían sin respuesta. Empecé porque quería ofrecerles algo distinto: una forma de aprender, disfrutar y desarrollarse sin barreras, usando la tecnología como aliada”.

Aunque es su primera experiencia emprendedora “el impulso venía de muy dentro. Cuando tienes claro el “para qué”, aprendes el “cómo” por el camino. Yo solo sabía que quería mejorar la vida de esos niños y eso fue suficiente para empezar.

El mayor pro para emprender es tener un propósito que te guía. No trabajas por crecer, trabajas por cambiar algo injusto. El mayor contra: que muchas veces cuesta más demostrar el valor de lo intangible, de lo humano. Pero cuando ves una mejora en un niño gracias a lo que has creado, todo cobra sentido”.

Sus planes de futuro son poder Internacionalizar la plataforma y llegar a más colectivos vulnerables. “Queremos ser el “Netflix” de la inclusión en Realidad Virtual”, comenta esta joven que cree que “emprender desde Andalucía es demostrar que la innovación no tiene código postal, y que desde lo local se puede cambiar lo global. La innovación también nace desde el sur, con acento, raíces y mucho corazón”.



Andalucía supera los 16 millones de turistas en el primer semestre, un 1,9 % más

Andalucía recibió en el primer semestre de este año 16,6 millones de turistas, lo que supone un incremento del 1,9 % respecto al mismo periodo del año anterior, según los datos extraídos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) ha publicado este jueves los datos del segundo trimestre de este año, en el que el número de turistas que visitó Andalucía superó los 10,2 millones, lo que supone un aumento de un 2,4 % con respecto al mismo trimestre del pasado año.

Estas cifras, unidas a las del primer trimestre de 2025, cuando visitaron Andalucía 6.450.720 turistas (+1,3 %) arrojan un

nuevo crecimiento en el semestre, del 1,9 % interanual, hasta los 16.667.111 turistas, según la comparativa de ambos periodos efectuada por EFE.

Entre abril y junio de este año, de los 10,2 millones de turistas que llegaron a Andalucía, el 60,2 % eran españoles (el 29 % andaluces y el 31,2 % del resto del país), el 29,3 % procedían de la UE excluida España y el 10,5 % del resto del mundo.

En cuanto a las motivaciones, el 83,5 % de los turistas que visitaron Andalucía, lo hicieron por vacaciones, el 10,7 % para visitar a familiares y amigos, el 2,3 % por trabajo o negocios y el 3,6% restante alegaron otras motivaciones.

El alojamiento hotelero fue el alojamiento más utilizado por estos viajeros, ya que fue seleccionado por el 58,6 % de los turistas



en el segundo trimestre, mientras que el 33,8 % utilizó apartamento, piso o chalé.

La estancia media continuó acortándose en el segundo trimestre, al bajar un 0,7 % hasta situarse en 5,1 días, después de que en

el primer trimestre del año bajara un 2,7 % hasta los 6,2 días.

En cuanto a la distribución de los turistas por provincias, Málaga se mantuvo a la cabeza entre abril y junio, con el 27,9 % de los mismos, seguida de Cádiz, Sevilla y Granada con el 18,4 %, 15,9 % y 11,7 %, respectivamente.

El gasto medio diario que realizaron los turistas en Andalucía en el segundo trimestre se estima en 86,19 euros por turista, cifra que es mayor en un 6,1 % a la del mismo periodo del año anterior, con lo que se mantiene la tendencia del primer trimestre, cuando se situó en 83,40 euros por turista, un 6,5 % más que en 2024.

Entre abril y junio se observan diferencias en el gasto en cuanto en función de la procedencia de los turistas: los andaluces gastaron 74,84 euros de media al día, mientras que los procedentes del resto del mundo desembolsaron 109,46 euros.

En cuanto a la valoración de uno a diez del viaje realizado, los turistas que visitaron Andalucía durante el segundo trimestre concedieron un 9 a su estancia en la región, y las provincias más valoradas fueron Jaén con un 9,4, y Sevilla y Cádiz, con un 9,2 y 9,1, respectivamente.

Andalucía y MIKI Travel sellan una alianza estratégica para impulsar el turismo asiático en la región

El consejero de Turismo y Andalucía Exterior, Arturo Bernal, acompañado de la consejera de Economía, Hacienda y Fondos Europeos, Carolina España, Jorge Paradela, consejero de Industria, Energía y Minas y el embajador de España en Japón, Íñigo de Palacio, ha mantenido un encuentro, en su reciente visita a Japón, con Katsumi Hine, presidente de MIKI Travel, uno de los principales operadores turísticos en los mercados asiáticos, en el que han acordado poner en marcha una estrategia de colaboración. para impulsar una estrategia para promocionar el destino andaluz en la región.

Esta alianza establece un marco de colaboración orientado a posicionar Andalucía como un destino estratégico dentro del portfolio de MIKI Travel, especialmente en los mercados emisores de Japón, Corea del Sur y el sudeste asiático. La cooperación se articulará en torno a cinco grandes ejes: acciones conjuntas de promoción y co-marketing, desarrollo de una base operativa en

Andalucía, impulso al segmento MICE (viajes de incentivo, congresos y eventos), alianzas institucionales, y mejora de la conectividad aérea con Asia.

“Esta colaboración supone un paso firme en nuestra estrategia de internacionalización del destino Andalucía y en la diversificación



de mercados”, ha destacado Arturo Bernal. “MIKI Travel es un socio clave para abrir nuevas puertas en Asia, no solo por su amplia red comercial, sino por su profundo conocimiento del viajero asiático. Compartimos la visión de convertir a Andalucía en un hub turístico entre Europa y Asia”.

Entre las acciones previstas, se contempla la participación conjunta en ferias internacio-

nales, campañas promocionales dirigidas al público asiático, viajes de familiarización con agentes de viajes y periodistas, así como el desarrollo de productos turísticos adaptados al segmento corporativo asiático. Además, se explorará la viabilidad de establecer una base de operaciones de MIKI Travel en Andalucía, aprovechando la infraestructura regional y su conectividad.

Arturo Bernal, ha mantenido también un encuentro con el vicepresidente mundial de operaciones de la compañía para presentar las oportunidades de negocio de estas posibles conexiones de All Nippon Airways (ANA), Naohiro Terakawa, para avanzar en la puesta en marcha de rutas directas que conecten Andalucía con Japón.



En este sentido, el consejero se ha mostrado “optimista y satisfecho del encuentro”, puesto que de esta cita se ha concluido en la creación de un grupo de trabajo entre la Junta de Andalucía y ANA para la creación de estas conexiones a medio plazo, especialmente desde los aeropuertos de Málaga y Sevilla.

En el marco de una política activa de internacionalización del destino Andalucía, la Junta ha presentado a All Nippon Airways

(ANA) una propuesta de colaboración estratégica para la apertura de una ruta directa entre Japón y nuestra comunidad, destino idóneo en el concepto de puerta de entrada cultural, turística y económica.

“All Nippon Airways es la primera compañía en número de aviones y capacidad de carga en Japón. Está, por tanto, muy alineada con nuestra visión de incorporar nuevos aeropuertos y vuelos directos con compañías que

La Junta y All Nippon Airways impulsan un grupo de trabajo para la creación de rutas directas entre Japón y Andalucía

operan desde América y Asia-Pacífico”, ha expuesto el consejero.

En la reunión, el consejero ha planteado a la aerolínea que más de 156 mil japoneses llegaron a Andalucía en el pasado año 2024, lo que representa un crecimiento de casi el 30% respecto al año 2023. “Hablamos de un mercado muy interesante para Andalucía puesto que se trata de visitantes con una alta capacidad de gasto y que nos ayudan en nuestra estrategia de gestionar la estacionalidad. Por otro lado, son turistas que están muy interesados por nuestra cultura, nuestro

patrimonio y nuestra esencia”. La estancia media de los japoneses que visitan España se establece en casi seis días y un gasto medio por persona y día cercano a los 500 euros.

La propuesta no es solo una cuestión de conectividad aérea, sino una apuesta de futuro: unir dos culturas milenarias que comparten valores como el respeto por la tradición, la excelencia artesanal, la hospitalidad y la sofisticación estética.

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 y la Academia Andaluza de Ciencia Regional abordarán los retos de la Economía andaluza en un ciclo de conferencias magistrales



El presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, y el presidente de la Academia Andaluza de Ciencia Regional, José Ignacio Castillo, han firmado un acuerdo de colaboración por el que ambas instituciones pondrán en marcha una serie de actividades que permitan profundizar y dialogar sobre los desafíos y oportunidades en la economía de nuestra Comunidad.

Concretamente, promoverán un Ciclo de Conferencias Magistrales bajo el título “Retos para la Economía Andaluza”, que se desarrollarán en otoño de 2025, formando parte de los actos conmemorativos del XV aniversario de la creación de la Academia por parte de la Junta de Andalucía. En la misma participarán responsables e investigadores seniors de los principales centros

de estudios económicos nacionales, como el Banco de España, el Instituto San Telmo, FUNCAS o BBVA Research.

En estas charlas se abordarán temas sociales y económicos actuales de Andalucía, que constituyan retos y desafíos para el progreso económico, social y cultural de nuestra región, desde la mayor incertidumbre económica a la nueva política arancelaria. El objetivo de estas conferencias es promover el debate en temas socioeconómicos de claro retorno social para nuestra comunidad.

Con la firma de este convenio, la Fundación Cajasol sigue apostando por ser punto de encuentro para el diálogo, la cultura, el desarrollo socioeconómico y el reconocimiento social, consolidándose como espacio de referencia para iniciativas que visibilizan el valor y las oportunidades de nuestra tierra.

La Fundación Cajasol y la Guardia Civil renuevan su convenio de colaboración para promover actividades culturales e institucionales en Andalucía

Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol, y Luis Ortega Carmona, General jefe de la IV Zona de la Guardia Civil en Andalucía, han formalizado la renovación del acuerdo de colaboración entre ambas entidades, una alianza que lleva años fortaleciendo los lazos entre ambas instituciones y fomentando la realización de actividades sociales, culturales y formativas en la región.

En el marco de este convenio, la Fundación Cajasol continuará apoyando en la organización, ejecución y puesta en marcha de diversos eventos que celebra la Guardia Civil de Andalucía. Estas actividades buscan promover la cultura, la educación y la participación social, fortaleciendo así los vínculos con la comunidad y promoviendo valores de colaboración y servicio público.

Este acuerdo refleja el compromiso conjunto de ambas instituciones por contribuir al desarrollo social y cultural de Andalucía, promoviendo iniciativas que benefician a toda la ciudadanía.



Espejos de sol y sal. Pintores gaditanos en la Colección Fundación Cajasol (1970-2000)



La Fundación Cajasol ha inaugurado, en colaboración con el Ayuntamiento de El Puerto de Santa María, la exposición “Espejos de sol y sal. Pintores gaditanos en

la Colección Fundación Cajasol (1970-2000)”, en el Centro Cultural Alfonso X El Sabio (C/Larga, 89. El Puerto de Santa María).

El acto ha contado con la presencia del presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido,

el alcalde de El Puerto de Santa María, Germán Beardo, y el comisario de la muestra, Juan R. Rodríguez-Mateo.

La exposición Espejos de Sol y Sal: Pintores Gaditanos en la Colección Fundación Cajasol



(1970-2000) reúne una selección de obras de artistas de la provincia de Cádiz, pertenecientes a tres generaciones diferentes y que forman parte de la Colección Fundación Cajasol.

Tal y como explicó el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido “con esta selección de pintura gaditana de la Colección de la Fundación Cajasol, queremos hacer un homenaje a la provincia, a su talento artístico en tantas disciplinas y a la vinculación histórica que nos une a este territorio”. Asimismo, ha expuesto el contenido de una muestra, que “nos habla de tres generaciones de grandes pintores gaditanos y también nos habla, por su título, de la belleza de los paisajes marineros, de la poesía que inspira esta tierra, de flamenco y de otros genios del arte como Camarón”.

Por su parte, el comisario subrayó el valor de esta pequeña pero intensa selección, con doce obras de doce artistas que “resumen la riqueza de la colección” y permiten “recuperar creadores que han quedado en el olvido, y cuyas trayectorias reflejan parte de la historia cultural y social de Andalucía”.

Por último, el alcalde de El Puerto de Santa María, Germán Beardo, destacó el compromiso de El Puerto con la cultura y su apuesta por combinar la conservación del patrimonio con una mirada al futuro: “Queremos que El Puerto sea un referente cultural, y esta exposición refleja ese equilibrio entre tradición y modernidad”.

El título, inspirado en un poema de Fernando Villalón que Camarón de la Isla llevó al cante por alegrías, evoca la luz, la sal y el carácter único de la cultura gaditana. Los artistas seleccionados, nacidos entre 1932 y 1971, reflejan la diversidad y riqueza creativa de la provincia durante el último tercio del siglo XX. Además de figuras consolidadas, en esta muestra, se rescata a creadores que, a pesar de su relevancia, han quedado en el olvido, ofreciendo una oportunidad para recuperar su trabajo. Desde los veteranos nacidos en los años 30, como Manuela Pozo y Carlos Ayala, hasta los creadores más jóvenes, como Paco Pérez Valencia y MP & MP Rosado, la exposición muestra la evolución del arte en Cádiz a través de perspectivas diversas.

Las obras expuestas abarcan un período clave (1970-2000) en el que los artistas gaditanos exploraron nuevas formas de expresión, desde el realismo hasta la abstracción, pasando por propuestas conceptuales. Figuras como Joaquín Cañete Babot, Juan Gutiérrez Montiel, Ángel Torres Aléu o Chema Cobo representan una generación pionera que abrió caminos para los creadores posteriores como Pérez Valencia o Fernando Clemente.

La exposición permanecerá abierta al público del 7 de agosto al 14 de septiembre, de lunes a sábados, de 11.00 a 13.30h y de 17.00 a 20.45h, domingos y festivos, de 11.00 a 13.30h.

AGENDA AGOSTO - SEPTIEMBRE

7
Sept.

- EUROSOL 2025. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla. Fibes II.

10
Sept.

- Formación en IA: Aprender, innovar y colaborar. Universidad de Sevilla.

11
Sept.

- DIÁLOGO INTERNACIONAL SOBRE OLIVICULTURA: El comportamiento, país, evolución por grupos, oferta, demanda y precio. IFEJA. Palacio de Ferias de Jaén.

15
Sept.

- AUTÉNTICA 2025. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla. Fibes II.

18
Sept.

- The Covered Bond Congress. Palacio de Congresos y Exsposiciones de Sevilla. Fibes II.

24
Sept.

- Al Andalus Innovation Venture. Pabellón de la Navegación. Sevilla Techpark.

25
Sept.

- San Diego Comic-Con Málaga (SDCC Málaga). Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

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