



Isabel Gutiérrez
(Revescoan): "El diseño tiene sentido solo si responde a lo que necesita el cliente" P36



Mauricio Mesa
(Cordia): "360° by Cordia está pensado para personas que buscan mejorar su calidad de vida en un entorno natural" P37



Guillermo Pérez
(Stabilit): "La sostenibilidad no es un complemento, es el eje estratégico de Stabilit" P39



Rosa Villaseca
(Grupo Abu): "El diseño es nuestro sello distintivo como promotora boutique" P40

Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

SEPTIEMBRE MMXXV | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES

Paco Reyes: "La industria aporta mucho empleo en Jaén, casi lo mismo que el sector del aceite de oliva" P2



ENTREVISTA.
PRESIDENTE DE LA
DIPUTACIÓN DE JAÉN

Juan Ignacio Ávalos: "La apuesta de Cosentino por Andalucía es innegociable" P34



ENTREVISTA
DIRECTOR REGIONAL
DE COSENTINO

NUEVA ECONOMÍA

Antonio Rivero.
Periodista. Director de Grayling Andalucía
EINTEC 2025:
La revolución industrial 5.0 aterriza en Huelva este octubre P28



José Manuel Gómez.
Presidente del Consejo Andaluz de Relaciones Laborales (CARL).
La imprescindible estabilidad del sistema de relaciones laborales P31



África Caracena.
Secretaria General Federación Andaluza de Mujeres Empresarias
Perfil de las ocupadas en el sector de la construcción P32



Ana Jáuregui.
Decana de COGITISE y Vicepresidenta de COGITI
Los cimientos de una construcción sostenible P33



Málaga, sede de la Comic-Con hasta 2027 P60

ESPECIAL CONSTRUCCIÓN



La Junta y la FAMP lanzan la Red de Municipios Mineros de Andalucía para fomentar el impacto local positivo de la actividad minera P4

El destino Andalucía supera los 190 millones de euros de impacto con los Latin Grammy y atrae un 16% más de turistas norteamericanos P5



Andalucía TRADE GLOBAL abre inscripciones para su cita en Sevilla el 15 y 16 de octubre, con 75 países representados P6

Paco Reyes: “La foto fija que hay de Jaén no coincide con la realidad”



ENTREVISTA

PACO REYES
PRESIDENTE DE LA
DIPUTACIÓN DE JAÉN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

A nivel económico y empresarial que es la razón de ser de Tribuna de Andalucía ¿cómo se presenta el final de este año para la provincia de Jaén?

Este es un cuatrimestre interesante, porque en este 2025 han arrancado demandas, reivindicaciones y necesidades históricas de una provincia que están avanzando con el objeto

de dar respuesta a la ciudadanía de Jaén que históricamente nos hemos sentido agraviados y maltratados por las distintas administraciones. Podemos poner como ejemplo el proyecto del CETEDEX (Centro Tecnológico de Desarrollo y Experimentación vinculado al sector de la Defensa), que empezó el 2 de diciembre del año pasado con la ejecución de su campus principal, el anuncio de la implantación de empresas como Escribano, Sapa o FMC al rebufo de este importante centro militar o todo lo relacionado con el agua potable. De ahí ese convenio que hemos firmado con el Ministerio de Transición Ecológica, por el que se van a invertir 206 millones de euros

en mejorar las redes. También podemos destacar la ansiada conexión de Jaén con la alta velocidad y recortar los tiempos de conexión con Madrid y con Sevilla. Son proyectos que están ahí, que van a ver la luz y que algunos están ejecutándose ya.

Para todo el mundo la provincia de Jaén es un referente agroalimentario, pero ahora estamos viendo que se está posicionando en otros sectores como el tecnológico y de la innovación.

La foto fija que hay de Jaén no coincide con la realidad. Es verdad que al entrar por Despeñaperros se te queda grabado en la retina esa manta de olivar que cubre toda la provincia. Y nos sentimos especialmente orgullosos de ser los principales productores de aceite de oliva del mundo.

Pero la industria aporta mucho empleo en Jaén, casi lo mismo que el sector del aceite de oliva. Jaén cuenta con el 25% de las empresas del plástico de Andalucía, por eso el clúster del plástico se ha creado en Martos. Ahora seremos referente en toda la industria ligada a la Defensa. Jaén es un referente desde el punto de vista de la cerámica y la producción de ladrillos y productos derivados de la arcilla. Jaén, un referente también en el sector del mueble. Somos un referente en las nuevas tecnologías a través de empresas punteras en impresoras 3D o de telecomunicaciones. Yo creo que en ese sentido hemos sido capaces de aprovechar nuestras oportunidades. Tenemos lo más importante en un territorio, que son hombres y mujeres formados en nuestras universidades y centros de formación profesional públicos.

Por lo tanto, hemos tenido un proceso de diversificación de nuestra economía al que se ha sumado el turismo. Jaén hace 25 años era una provincia de paso. Hoy lo hemos conver-

tido en una provincia de destino consiguiendo estancias medias de 2,7 noches.

Creo que vamos por el camino acertado, pero seguimos necesitando el apoyo del Gobierno de España y, especialmente, del Gobierno de Andalucía, porque si no se nos trata igual que se tratan a otros territorios la desigualdad se incrementa y se amplía.

Respecto a estos apoyos que Jaén necesita ¿Cree que llevan un rumbo positivo?

El 25 de julio pasado me dio cita el presidente de la Junta de Andalucía, una cita que le pedí por primera vez en noviembre del año 24, y ahí le pude plantear que nos sentíamos agraviados, que hay proyectos que no salen, demandas históricas que no avanzan. Y le comentaba, por ejemplo, que esa misma reivindicación la hacemos con el Gobierno de España en relación al ferrocarril, al tema de las instalaciones eléctricas o del abastecimiento de agua, teniendo una respuesta positiva. Por el contrario, mientras en Málaga se está construyendo un tercer hospital con un presupuesto de casi 600 millones de euros, en Jaén se está construyendo una lavandería de la futura Ciudad Sanitaria con una inversión de 8 millones y medio. Un ejemplo de cómo se trata un territorio y de cómo se trata a otros. Yo espero y deseo que sean comprensibles, que entiendan que a los territorios hay que tratarlos igual de manera igual.

“Creo que vamos por el camino acertado, pero seguimos necesitando el apoyo del Gobierno de España y, especialmente, del Gobierno de Andalucía, porque si no se nos trata igual que se tratan a otros territorios la desigualdad se incrementa y se amplía”



Intervención del presidente de la Diputación de Jaén en el acto de inicio de obras del campus principal del CETEDEX.



Firma del convenio del Plan Urgente de Infraestructuras Hidráulicas entre Paco Reyes, la vicepresidenta tercera del Gobierno y ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, Sara Aagesen, y el presidente de la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir, Joaquín Páez.

Jaén tiene un modelo definido en el Plan estratégico de la provincia, consensado con todo el tejido empresarial: empresarios, sindicatos, Grupos de Desarrollo Rural, entidades financieras, nuestra Universidad, el Gobierno de España, el Gobierno de Andalucía, la Diputación Provincial y los ayuntamientos. Todos hemos definido cuáles son nuestras prioridades, por lo tanto, dentro de ese consenso tiene que haber un esfuerzo por parte de las administraciones

en los ámbitos en los que son competentes.

¿La colaboración público-privada tiene que ser la base del desarrollo de la provincia?

Efectivamente, la colaboración público-privada es fundamental y nosotros aplaudimos. ¿Pero por qué la colaboración público-privada puede hacerse en Málaga y no puede hacerse en Jaén? Málaga tiene ya otros hospitales magníficos y se saca a concurso el tercero. Y en Jaén todo se tiene que hacer con

recursos propios. Nosotros también necesitamos infraestructuras hospitalarias.

Con respecto al sector agroalimentario, hemos pasado un año de preocupación por culpa de los aranceles.

Estamos algo más tranquilos, pero creo que ha quedado claro que tenemos que buscar nuevos mercados, en Europa, en Sudamérica o el Mercosur, con el acuerdo que se ha llegado con la Unión Europea. Nuestro mercado sigue estando en Asia, en el caso de Jaén,

porque tenemos un producto de calidad que es fundamental para la buena cocina y especialmente para la salud de las personas, que es el aceite de oliva. Por lo tanto, tenemos que seguir intentando vender todo el aceite que podamos en Estados Unidos, pero tenemos que conquistar nuevos mercados.

Y en temas de macropolítica no podemos estar en esa actitud servil con Estados Unidos. Europa tiene que hacerse fuerte. Nosotros nos ha ido muy bien dentro de Europa gracias a la solidaridad, a los recursos que han venido de Europa, que hemos sido capaces de aprovecharlos. Por lo tanto, tenemos que trabajar en hacer una Europa fuerte, más unida y con un objetivo común que es liderar la economía, la igualdad, la solidaridad en el mundo, liderar la lucha contra la injusticia, como está sucediendo en la Franja de Gaza o como está sucediendo en Ucrania en este momento.

¿Cuáles serían sus prioridades y objetivos ineludibles para estos dos años, al menos, que quedan de legislatura?

En primer lugar, hay una carencia histórica que hemos tenido, que es el tema del ferrocarril. No se puede tardar cuatro horas en hacer 300 kilómetros que hay entre Jaén y Madrid o casi tres horas entre Jaén y Sevilla, que hay menos de 250 kilómetros. Creo que eso es fundamental. Somos conscientes que el tren de alta velocidad o mejorar la infraestructura ferroviaria no se compra en la tienda del barrio, ni siquiera en el centro comercial, pero si no se empieza, nunca se hará. El estudio informativo se está haciendo y dentro de poco tiempo se hará el proyecto que permitirá la licitación. Yo creo que eso es fundamental.

“Tenemos que seguir intentando vender todo el aceite que podamos en Estados Unidos, pero tenemos que conquistar nuevos mercados”



Es fundamental también para nosotros el tema eléctrico, una nueva línea que va desde Baza a Úbeda hasta Manzanares, que atraviesa la parte de desierto eléctrico de la provincia de Jaén, la parte menos poblada. Necesitamos que cuanto antes sea la publicación definitiva y las eléctricas se pongan a trabajar para que eso sea una realidad lo antes posible.

Y por supuesto, el otro gran problema, que es el tema del abastecimiento de agua potable. Hemos redactado proyectos en los últimos cuatro años que han permitido llegar a un compromiso de ejecución y de cofinanciación de infraestructuras hidráulicas que permitan ampliar e interconectar sistemas de abastecimiento que tienen ya más de 30 años.

Y, por último, que se vayan cumpliendo los plazos para que el CETEDEX, acordado con el Gobierno de España a través del Ministerio de Defensa, sea una realidad para la provincia de Jaén.

La Junta y la FAMP lanzan la Red de Municipios Mineros de Andalucía para fomentar el impacto local positivo de la actividad minera

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El consejero de Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía, Jorge Paradela, y el presidente de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP) y alcalde de Córdoba, José María Bellido, han firmado un convenio de colaboración para dar a conocer la Red de Municipios Mineros de Andalucía, una iniciativa que promueve el Gobierno andaluz con el fin de impulsar el sector minero y el impacto positivo local de los proyectos sobre los municipios en los que se asientan.

Se trata de un instrumento de colaboración que nace a semejanza de la Red de Ciudades Industriales de Andalucía, impulsado también desde la Consejería de Industria para reconocer a los municipios especialmente comprometidos con la implantación de industria en su

territorio, que cuenta ya con más de 110 municipios adheridos y en cuya difusión también contribuye activamente la FAMP.

El consejero Jorge Paradela ha destacado que “Andalucía es la región líder en producción minera de España, con un valor superior a los 1.200 millones de euros, y una de las principales regiones productoras de Europa, al contar con 478 explotaciones activas localizadas en 283 municipios andaluces, que además generan 8.500 empleos directos, lo que supone el 28% del total nacional”. Además, la comunidad andaluza concentra el 90% del valor de producción de la minería metálica, es la segunda región europea en producción de cobre y es líder en la producción de mármol y yeso, ha precisado el consejero.

Estas cifras, a su juicio, ponen de relieve “la responsabilidad que tenemos para aprovechar los extraordinarios recursos con los que

cuentan los municipios andaluces y crear un entorno favorable para el desarrollo de la minería”. Una actividad que, como ha precisado Jorge Paradela, “ha propiciado en la última década una inversión por encima de los 2.000 millones de euros” en la comunidad andaluza.

El convenio de colaboración persigue, además, “mejorar la coordinación institucional en la tramitación de proyectos promoviendo una red de técnicos especializados que agilice los procesos”, y también “abordará los retos de formación para adaptarlos a las exigencias de la minería del XXI”, con iniciativas como el intercambio de experiencias entre municipios, impulsando formación especializada y a través de la FP dual”, ha apuntado Paradela.

En el subsuelo de Andalucía están presentes 22 de las 34 materias primas consideradas fundamentales por la Unión Europea para la transición energética y digital. Además, es el primer productor mundial primario de estroncio, de donde sale el 99% del mineral que consume Europa y el 43% a nivel global.



Por su parte, el presidente de la FAMP, José María Bellido, ha destacado que “la minería es una actividad capaz de generar un gran arrastre económico en los municipios y comarcas de Andalucía en las que se desarrolla, convirtiéndose así en una oportunidad para el desarrollo industrial y un empleo de calidad”. En este sentido, ha recordado que “somos una región minera histórica” que cuenta con unos extraordinarios recursos geológicos. Algunos de sus primeros “yacimientos de época romana todavía siguen en activo”, como es el

caso de las Minas de Riotinto.

La Red de Municipios Mineros de Andalucía es una iniciativa pública a la que podrán adherirse aquellas entidades locales que destaquen por su compromiso de apoyo al desarrollo minero en su municipio o municipios en el caso de entidades locales supramunicipales, sin importar su tamaño y forma jurídica.

Se trata de una iniciativa enmarcada en el respaldo del Gobierno andaluz a una minería “innovadora, segura, responsable con su entorno y que apuesta por la circularidad”, y que se viene a sumar a otras actuaciones como la aprobación de la Estrategia para una Minería Sostenible en Andalucía 2030.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Fundación Minería y Vida, que agrupa a las principales organizaciones del sector de las materias primas minerales, ha formalizado un convenio de colaboración con la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Industria, Energía y Minas, para trabajar conjuntamente en el desarrollo de acciones que ayuden a mejorar el conocimiento de la minería y las industrias de las materias primas y su contribución al progreso sostenible, acercando a la sociedad una actividad que, “hoy más que nunca, resulta imprescindible para garantizar el avance de la transición ecológica y digital”.

El acuerdo ha sido suscrito por el consejero de Industria, Energía y Minas, Jorge Paradela, y por el presidente de la Fundación Minería y Vida, Javier Targhetta, junto al secretario general, César Luaces.

Mediante este acuerdo, ambas entidades se comprometen a colaborar en la promoción de la industria de materias primas minerales y en la organización de eventos que acerquen a la sociedad el papel estratégico del sector extractivo en la sociedad.

El texto contempla el respaldo específico al Proyecto Rocas, Minerales, Sociedad y Vida, iniciati-

La Fundación Minería y Vida y la Junta de Andalucía firman un convenio para acercar a la sociedad la actividad minera sostenible y su aportación al progreso



va de la Fundación Minería y Vida que busca impulsar y transmitir la vocación de responsabilidad social corporativa de la industria españo-

la de las materias primas de rocas y minerales en diversos ámbitos: educativo, social, medioambiental y de fomento de la investigación

científica, desarrollo o innovación tecnológica, así como de su transferencia hacia el tejido productivo y la sociedad.

El acuerdo se enmarca en el compromiso de la Junta de Andalucía con el desarrollo responsable del sector minero, establecido a través de la Estrategia para una Minería Sostenible en Andalucía 2030, que posiciona a Andalucía como referente nacional en innovación, sostenibilidad y transformación de los recursos minerales, con objetivos como la mejora del empleo, la eficiencia energética, la reducción de la huella de carbono y el impulso de la producción de materias primas críticas para Europa.

Además, el convenio se alinea con el nuevo Reglamento de la UE 2024/1252, que establece un marco europeo para garantizar un suministro seguro y sostenible de materias primas fundamentales, destacando la importancia de la aceptación social de la industria extractiva.

Y refuerza el papel de Andalucía como motor del desarrollo minero sostenible en España y como ejemplo de colaboración público-privada en beneficio de la sociedad, el medio ambiente y el tejido productivo.

Se trata del segundo convenio de colaboración que la Fundación suscribe con una Comunidad Autónoma, desde que en 2023 se firmara el acuerdo con el Principado de Asturias.



El destino Andalucía supera los 190 millones de euros de impacto con los Latin Grammy y atrae un 16% más de turistas norteamericanos

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El consejero de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía, Arturo Bernal, ha destacado que la comunidad ha superado los 190 millones de euros en términos de impacto económico directo y promocional a través de las acciones contempladas en el acuerdo con la Academia Latina de la Grabación, que permitió acoger los Latin Grammy Awards en 2023 y difundir el destino en acciones paralelas celebradas en 2024 y 2025 tanto en Andalucía como en Estados Unidos, mercado cuyos turistas aumentaron un 16% el pasado año en la comunidad.

Así lo ha resaltado el consejero en la rueda de prensa de la Fundación Cultural Latin Grammy, donde se ha dado a conocer al estudiante seleccionado para recibir la Beca Legado Paco de Lucía, el guitarrista jerezano Marcos Gago. Un paso más de la relación entre la Academia Latina de la Grabación y la Junta de Andalucía cuya



colaboración se inició en 2023.

“Incluso en nuestras mejores expectativas, no hubiéramos imaginado que nos depararía tanto”, ha dicho sobre el positivo impacto que ha supuesto para la comunidad la llegada de los Latin Grammy

que, por primera vez, celebró su gala fuera de los Estados Unidos.

“La marca Andalucía ha trascendido continentes, océanos e idiomas, con la música y la cultura como vías de transporte. Hablamos de casi 1.700 millones de

impactos acumulados en medios convencionales en plataformas digitales como Twitch y en redes sociales”, ha detallado el consejero.

En cuanto a la gala celebrada en 2023, Arturo Bernal ha explicado que impulsó la marca Andalu-

cía al generar casi 20.000 noticias y un valor mediático de más de 92 millones de euros. Además, se contó con la participación de más de 13.000 asistentes en los actos organizados, movilizándolo al tejido productivo musical andaluz.

“Hemos generado empleo, oportunidades y, sobre todo, más futuro para esta tierra”, ha insistido subrayando que el impacto económico directo para el destino Andalucía supera ya los 190 millones de euros. “Un dato que será previsible aún mayor al sumar el conjunto de actos de los Latin Grammy en nuestra comunidad”, ha anticipado ante los eventos próximos como el evento ‘Latin Grammy celebra la música de Andalucía’ y también la presencia andaluza en la 26ª entrega anual del Latin Grammy como patrocinador.

Mercado norteamericano

El consejero ha detallado que todas estas acciones “nos han permitido reforzar nuestra presencia como destino en el mercado norteamericano, un segmento que cada vez se rinde más a esta región”. En 2024, Andalucía recibió un 16% más de turistas norteamericanos que generaron más de 1,7 millones de pernoctaciones.

“Nos consolidamos no solo como un destino turístico líder y de referencia, sino como el mejor escenario de los grandes eventos. Somos una ventana abierta a la creatividad, la alegría y al talento, como el que hoy encarna el reconocido jerezano Marcos Gago, que hoy aquí es la representación de lo que significa Andalucía: pasión, futuro, ambición y oportunidades”, ha añadido.

Beca Legado Paco de Lucía

La beca, establecida en asociación con la Fundación Paco de Lucía, impulsa la misión de la Fundación Cultural Latin Grammy de apoyar la próxima generación de creadores de música, ofreciendo oportunidades educativas para promover la música y su legado. Con un valor de 120.000 dólares, la beca cubre la matrícula, instrumento, clases y experiencias complementarias de formación.

La Beca Legado Paco de Lucía se otorga a un estudiante con un talento excepcional, seleccionado por el Comité de Becas de la Fundación Latin Grammy, de entre un grupo internacional numeroso de jóvenes músicos altamente cualificados. Hasta la fecha, la fundación ha otorgado 477 becas y ha invertido casi 13,9 millones de dólares en becas, subvenciones, programas educativos y mentorías a lo largo de la última década.



► Las firmas conocerán en la cita los novedosos incentivos al comercio exterior de Andalucía TRADE, que cubren hasta el 100% de los gastos de acciones de promoción, con especial apoyo en EE.UU. y los mercados de diversificación para hacer frente a los aranceles

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Andalucía TRADE GLOBAL 2025, la cita anual que convoca al sector exterior andaluz, se celebrará los próximos 15 y 16 de octubre en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (Fibes), bajo el lema 'Impulsa tu Empresa en el Mundo'. Contará con los responsables de la Red Andalucía TRADE Internacional en 75 países de los cinco continentes, que se trasladarán hasta Sevilla para dar a conocer a las empresas participantes las oportunidades y modos de hacer negocio de sus mercados, a través de las reuniones B2B que pueden agendarse tras la inscripción en <https://www.andaluciatradeglobal.es>

La cita está organizada por la Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos, a través de Andalucía TRADE, y cuenta con la colaboración de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industrias,

Servicios y Navegación e ICEX-España Exportación e Inversiones.

El evento celebra su vigésima edición tras la reciente apertura de la convocatoria de la novedosa Orden de incentivos para el desarrollo del Comercio exterior y la internacionalización de las pymes en Andalucía publicada por Andalucía TRADE. Unos novedosos incentivos que cubrirá entre el 65% y el 100% de los gastos vinculados a participación individual en ferias y eventos internacionales, y en acciones de prospección de mercados, del tipo de misiones comerciales o agendas individuales.

Con una dotación inicial de 11,5 millones de euros cofinanciados con fondos FEDER 2021-2027, estas ayudas alcanzan hasta 50.000 euros por empresa y actuación, con especial apoyo a las acciones de los países incluidos en el Plan de Diversificación de las Exportaciones de Estados Unidos aprobado por el Gobierno andaluz. Además de EE.UU, incluye otros mercados estratégicos como México, Brasil, Canadá, Marruecos, Australia, China, India y Japón, con una cobertura del 75% de los gastos.

La consejera de Economía Hacienda y Fondos Europeos y presidenta de Andalucía TRADE, Carolina España, ha subrayado que "son unas novedosas ayudas con las que completamos el nuevo modelo de apoyo a las empresas andaluzas en el mundo, para contribuir a incrementar y diversificar las exportaciones. Un modelo ágil y que responde a las necesidades reales de las empresas, como en estos tiempos es hacer frente a los aranceles de EE.UU, creciendo en este mercado y diversificando hacia otros".

Andalucía TRADE GLOBAL abre inscripciones para su cita en Sevilla el 15 y 16 de octubre, con 75 países representados

El mundo en dos jornadas

Para Carolina España, "Andalucía TRADE GLOBAL es un evento estratégico, en el que las empresas andaluzas tendrán al alcance en sólo dos jornadas todo lo necesario para iniciar o impulsar su actividad exterior: las oportunidades y cultura de negocio en 75 países, los servicios e incentivos de Andalucía TRADE; los de nuestros partners en la organización y los que ofrecen de otras empresas participantes en la zona de stands".

Andalucía TRADE Global vuelve a Sevilla en 2025 tras la última edición celebrada en Málaga en 2024, que finalizó con gran éxito, pese a la alerta climatológica con la que coincidió. Entre el 13 y 14 de noviembre de 2024, consiguió celebrar 1.175 reuniones B2B en formato online con los representantes de los 75 mercados de los cinco continentes de la Red Andalucía TRADE Internacional, el 85% de las programadas.

Carolina España destacó la importancia que "para la diversificación del comercio exterior andaluz tiene el esfuerzo realizado por

el Gobierno andaluz para llegar a dar servicios sobre el terreno en 75 países de los cinco continentes, algo fundamental para un tejido empresarial conformado por pymes y micropymes". "Hemos incrementado el alcance de la Red Andalucía TRADE internacional en 12 países esta legislatura y en 27 desde que 2019, poniendo las bases de un nuevo modelo de apoyo al comercio exterior, que ahora completamos con la convocatoria de una novedosa orden de incentivos".

CEA, Consejo de Cámaras e ICEX

Las empresas y profesionales interesados ya pueden inscribirse en <https://www.andaluciatradeglobal.es> y formalizar sus peticiones de reuniones B2B con los responsables de la Red Andalucía TRADE Internacional en los mercados que más les interesen. La plataforma les asigna día y hora para el encuentro personal con cada uno de ellos, en las dos jornadas de celebración del evento. Andalucía TRADE Global cuenta también con una zona de stands, donde las empresas pueden acceder a los servicios

avanzados y los incentivos de Andalucía TRADE. Estarán presentes también una veintena de entidades públicas y privadas que prestan servicios de apoyo a la internacionalización, desde la CEA, Consejo de Cámaras de Comercio e ICEX, hasta consultoras, entidades de logística o financieras. También con estos partners las empresas pueden concretar reuniones a través de la plataforma.

La participación de Andalucía TRADE en esta acción está cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo FEDER de Andalucía 2021-2027, dotado con una contribución comunitaria del 85%, o cualquier otro Programa Europeo susceptible de cofinanciar esta actuación. El programa de Andalucía TRADE GLOBAL se amplía este año con una sesión previa de trabajo interno entre los responsables de la agencia y Red Andalucía TRADE Internacional, en el que se ponen las bases de la programación de acciones de 2026 y se dan a conocer a los profesionales que trabajan en la Red las nuevas líneas de incentivos, así como los programas y servicios que ofrece la agencia pública en 2025.



Andalucía
TRADE
GLOBAL
2025

#AndalucíaTRADEGlobal2025

15 - 16 OCT
SEVILLA

EL mayor encuentro de internacionalización de Andalucía

Inscríbete en: www.andaluciatradeglobal.es



Organizan:



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos

Andalucía
TRADE

Junta
de Andalucía

Colaboran:

Cámaras
Andalucía

CEA
Empresas Andaluzas

ICEX

‘Sabores Almería’ refuerza en Miami su presencia internacional y estrecha lazos con el mercado norteamericano



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Almería y sus productos han vuelto a brillar y a mostrar su excelencia en una nueva edición de la Feria Americas Food & Beverage Show & Conference. En esta cita han participado diez empresas de ‘Sabores Almería’, que han estado arropadas por la Diputación de Almería y por la Cámara de Comercio de Almería.

Esta edición ha sido todo un éxito y gracias a la colaboración entre ‘Sabores Almería’ y la Cámara de Comercio, las empresas de la marca gourmet han vuelto a este importante evento para intensificar su presencia internacional en esta feria que ha estado organizada por la Cámara de Comercio de Almería y la Cámara de Comercio de España en Miami, en el marco del programa Pyme Global.

Durante esta vigésima novena edición, las empresas han estado acompañadas por el diputado de Promoción Agroalimentaria, Carlos Sánchez, y el vicepresidente, José Antonio García, junto al presidente de la Cámara de Comercio de Almería, Jerónimo

Parra, y la directora general, María Dolores Garcés. Durante estos días, los visitantes han podido degustar la excelencia de los productos agroalimentarios de la provincia, a la vez que han mantenido numerosas reuniones.

La Diputación de Almería y la Cámara de Comercio de Almería han mantenido una intensa agenda de reuniones con agentes del sector, así como con ICEX. Fruto de estas reuniones, la provincia de Almería ha reforzado sus lazos y sus relaciones con el mercado norteamericano. Además, la delegación almeriense en Miami ha asistido a los premios Friends of Spain Awards Ceremony, organizada conjuntamente por el Foro de Marcas Renombradas Españolas – FMRE y la Cámara de Comercio. Este evento internacional de alto nivel ha reunido en Miami a autoridades, líderes empresariales, marcas icónicas y medios de comunicación para rendir homenaje a personas, empresas e instituciones que han contribuido significativamente al fortalecimiento de la imagen y presencia de España en Estados Unidos.

La empresa almeriense Cosentino ha sido uno de los participantes en los premios. José Antonio García y Carlos Sánchez han felicitado a Eduardo Cosentino, por el trabajo que realizan en favor de la provincia de Almería. Concretamente ha participado en la categoría Friends of Spanish Brands, que se concede a personas o empresas estadounidenses que hayan contribuido a la visibilidad, crecimiento o entrada exitosa de una marca española en el mercado estadounidense. Los homenajeados son nominados directamente por las propias empresas españolas, como una forma de reconocer su colaboración estratégica y apoyo en la expansión de la marca.

Diputación impulsa la inserción laboral de jóvenes almerienses con programas formación

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación de Almería continúa promoviendo la inserción laboral de los almerienses a través de diferentes proyectos e iniciativas. La Institución Provincial está llevando a cabo un proyecto integral para la inserción laboral de los jóvenes de la provincia. La financiación de este proyecto se distribuye a través del Programa Operativo FSE+ de Andalucía 2021-2027 (85%) y la Junta de Andalucía (15 %).

De este curso se han beneficiado 19 jóvenes desempleados y que están inscritos como demandantes de empleo, no ocupadas, en el Servicio Andaluz de Empleo. El curso se ha dividido en dos bloques: Acciones para la atención y acciones para la inserción y se ha impartido en inglés.

En el bloque de la atención se ha tratado actuaciones de orientación laboral como el diagnóstico de empleabilidad, diseño y elaboración de itinerario personalizado; ac-

tuaciones de sensibilización y para el desarrollo de aspectos personales para la ocupación, actuaciones sobre el proceso, técnicas, recursos y herramientas para la búsqueda activa de empleo; confección CV, taller de entrevistas de trabajo. Información sobre general sobre el mercado de trabajo y asesoramiento en materia de autoempleo; así como actuaciones de formación como actuaciones de formación que permitan la adquisición de conocimientos técnicos, competencias laborales y habilidades para mejorar la empleabilidad.

Por otro lado, en las acciones para la inserción se ha realizado de orientación como el acompañamiento en el empleo, con acciones de información y de acompañamiento sobre recursos de empleo y empresas, activación y cambio emocional para la búsqueda activa de empleo, preparación para el proceso de selección e incorporación laboral. Además, se han realizado de prospección del mercado laboral con información sobre la situación económica y laboral del entorno,

la identificación de necesidades de personal de su tejido empresarial, perfiles laborales requeridos, captación de ofertas de empleo, así como la difusión del programa y la propuesta de la candidatura de las personas participantes para cubrir bajas vacantes detectadas en las empresas, todo ello con el objetivo de cumplir con el objetivo de inserción laboral previsto.



El Puerto de Almería instala una planta solar fotovoltaica para autoconsumo en el PCF

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Autoridad Portuaria de Almería (APA) ha concluido la instalación de una nueva planta solar fotovoltaica para autoconsumo en la cubierta del edificio del Puesto de Control Fronterizo (PCF) frente al Muelle de Ribera-Poniente del Puerto de Almería,

de manera que avanza en su objetivo de alcanzar la huella de carbono cero en cuanto a consumo directo de energía eléctrica.

Para la instalación de la planta solar fotovoltaica de 80 kilovatios (kw) en el PCF, en la que se han invertido 81.083,16 euros, la APA ha recibido una ayuda de la Unión Europea con cargo al Fondo NextGenerationEU, en el marco del

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, dentro del programa de incentivos ligados al autoconsumo y almacenamiento, con fuentes de energía renovable, así como la implantación de sistemas térmicos renovables en el sector residencial del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, gestionado por la Junta de Andalucía, a



través de la Agencia Andaluza de la Energía.

Con esta planta solar la APA aumentará su contribución a la reducción de emisiones de dióxido

de carbono, promoviendo la sostenibilidad y el uso responsable de los recursos naturales, alineada con las políticas ambientales nacionales e internacionales.

La Cámara de Comercio de Jerez impulsa Cámara Creativa, un ciclo de cursos gratuitos en creatividad y nuevas tecnologías

Cámara
Jerez de la Frontera

CURSOS GRATUITOS

FORMACIÓN PROPIA EN CREATIVIDAD Y TECNOLOGÍA

ILUSTRACIÓN DIGITAL
CÓMIC & NARRATIVA VISUAL
DISEÑO GRÁFICO
MODELADO 3D
MOTION GRAPHICS

Cámara Creativa

ANIMACIÓN 2D
IA PARA COMUNICACIÓN
BRANDING PERSONAL
GESTIÓN DE PROYECTOS
ORIENTACIÓN PROFESIONAL

15.09-27.11.25
COWORKING CYEC JEREZ

TARDES
DE 17:00 A
21:00 H.

FINANCIADA POR: Diputación de Cádiz, Ayuntamiento de Jerez, Área de Planificación, Coordinación y Desarrollo Estratégico de la Excm. Diputación Provincial de Cádiz. PRODUCTOR: IAN, CULTURA DE CÁDIZ. INSCRÍBETE GRATIS EN: WWW.COWORKINGJEREZ.COM/CAMARA-CREATIVA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Se pone en marcha el programa Cámara Creativa, una iniciativa pionera de formación especializada en el ámbito cultural y creativo que se celebrará entre el 15 de septiembre y el 27 de noviembre de 2025 en el Coworking Cultura y Empresa Cámara, en Calle Sevilla, 15.

El programa incluye un total de 10 cursos gratuitos, con plazas limitadas, dirigidos a empresas culturales, profesionales creativos y emprendedores. Con una duración de entre 14 y 16 horas cada uno, se desarrollarán en horario de tarde, de lunes a jueves (17:00 a 21:00 h.), y contarán con un certificado de asistencia expedido por la Cámara de Comercio de Jerez.

Las formaciones abarcan cinco grandes bloques temáticos: Ilustración & Cómic (ilustración digital, narrativa visual); Diseño Visual (InDesign, Photoshop y Adobe Express apli-

cados a proyectos culturales); Tecnología Creativa (IA generativa para comunicación y modelado 3D); Animación (animación 2D y motion graphics) y Emprendimiento y organización (branding personal, orientación profesional y gestión de proyectos creativos).

Con este programa, la Cámara de Comercio de Jerez refuerza su apuesta por la innovación, la formación y el fortalecimiento del sector cultural y creativo, consolidando a Jerez como un referente en el ámbito de las industrias creativas y tecnológicas.

El programa de Formación Permanente "Cámara Creativa" está organizado por la Cámara de Comercio de Jerez, gracias a la financiación de DipuInnova+ 2025, un programa del Área de Planificación, Coordinación y Desarrollo Estratégico de la Excm. Diputación Provincial de Cádiz, destinado a impulsar la innovación y la competitividad en la provincia.

La alcaldesa de Jerez y Hostelería de España acuerdan reforzar la industria de la gastronomía

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La alcaldesa de Jerez, María José García-Pelayo, ha destacado el carácter estratégico de sector hostelero para municipios como el de Jerez. Así se lo ha trasladado al presidente de la Confederación Empresarial de Hostelería de España, José Luis Álvarez Almeida, con quien ha mantenido un encuentro de cara a implantar y reforzar estrategias que impulse el desarrollo sostenible, inclusivo e innovador de la hostelería.

Durante la reunión, García-Pelayo ha subrayado el carácter vinculante entre un buen desarrollo de la industria hostelera y el avance de ciudades como Jerez porque constituye un sector estratégico para la economía y el empleo, al tiempo que ha defendido la necesaria cooperación entre la iniciativa hostelera privada y la administración



pública para favorecer un modelo de desarrollo local mejor.

Fruto de esta reunión, y en su calidad de presidenta de la Federación Española de Municipios y Provincias, María José García-Pelayo ha firmado un convenio con Álvarez Almeida para canalizar iniciativas conjuntas que apoyen a ayuntamientos como el de Jerez en la formación, la sostenibilidad, la promoción del turismo gastronómico y la mejora de la competitividad y calidad del destino.

No en vano, la alcaldesa ha va-

lorado estas acciones de mejora y de compromiso con un sector hostelero más competitivo como parte del camino para conseguir que en 2026 Jerez sea la Capital Española de la Gastronomía.

Por su parte, el presidente de Hostelería de España ha destacado que los bares, restaurantes, cafeterías y locales de ocio no son sólo un motor económico de nuestro país, sino que contribuyen a la cohesión social, siendo una parte fundamental del paisaje urbano. Álvarez Almeida ha defendido que los más de 300.000 establecimientos que conforman el sector en España están apostando por la profesionalización, la digitalización y la sostenibilidad para mejorar su competitividad, subrayando la importancia de la colaboración de ayuntamientos como el de Jerez.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La presidenta de la Diputación, Almudena Martínez, y el vicepresidente del IEDT, Andrés Clavijo, han recibido la visita de la FAEC, la Federación Provincial de Agrupaciones de Empresarios de la Construcción de Cádiz, encabezada por su nuevo presidente, Manuel Ávila; acompañado por el secretario general, Jorge Fernández-Portillo; el asesor jurídico, Javier Álvarez Osorio, y la responsable comercial, Marisa Rodríguez. Manuel Ávila sustituyó el pasado mes de mayo a Emilio Corbacho.

Ambas partes han mostrado su convencimiento de la idoneidad de consolidar la línea de trabajo que mantienen en común en los dos últimos años en base al convenio de colaboración vigente, que está arrojando resultados muy positivos en la industrialización y la innovación. La presidenta ha abundado en que dicho convenio -que cuenta con un respaldo económico de 120.000 euros a través del programa DipuInnova+ del Área de Planificación, Coordinación y Desarrollo Estratégico- "tiene como objeto principal para la Diputación impulsar el proyecto Hub&Lab de construcción avanzada e industrializada de la provincia de Cádiz, ya en marcha y ubicado en el término municipal de Puerto Real".

A este respecto, Martínez del Junco ha manifestado que "con el apoyo de la Diputación a este pro-

El proyecto de Diputación y FAEC Hub&Lab apuesta por la formación, la investigación y la innovación



yecto contribuimos a la formación, a la investigación y la difusión de nuevas metodologías constructivas; a impulsar la digitalización, la industrialización y la sostenibilidad en la construcción; a favorecer la colaboración entre empresas, administración pública y el ámbito académico; y a fomentar la transferencia de conocimiento y tecnología en el sector de la construcción. "La innovación es fundamental para la economía sostenible", ha añadido.

Por su parte, el presidente de FAEC ha explicado que en este laboratorio de innovación "hacemos formación en industrialización, porque los sistemas van a mejorar y a hacer más rápidos los procesos de construcción, lo que, por otro lado, requiere personal cualificado".

Asimismo, FAEC informó de la celebración el próximo mes de octubre de la quinta edición de la feria ExpoConstruye en IFECA, actividad que cuenta con el respaldo económico de la Diputación.

Ambas partes han coincidido en considerar "muy positiva" para el desarrollo socioeconómico de la provincia de Cádiz la colaboración que mantienen, y se han emplazado a mantenerla y reforzarla en el futuro con otras acciones en campos relacionados con la formación para el empleo. Además, durante el encuentro también se abordaron diversos temas como la situación del sector de la construcción en la provincia, la mano de obra o el turismo residencial, entre otros.

FAEC integra a más de 350 empresas: 230 son constructoras y promotoras y el resto (unas 120) son auxiliares del sector de la construcción con actividad en la provincia de Cádiz.

La Diputación de Córdoba presenta el Plan Director de Innovación Tecnológica Dual para impulsar la industrialización de la provincia

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El presidente de la Diputación de Córdoba, Salvador Fuentes, ha presentado el Plan Director de Innovación Tecnológica Dual como una estrategia que considera “fundamental para el presente y futuro de la industrialización de la provincia de Córdoba”.

Fuentes ha hecho hincapié en que “hoy tenemos aquí a 41 empresas que hemos detectado que son capaces de dar un salto cualitativo y aprovechar, a través de la formación profesional dual, todas esas posibilidades que ofrecen a ese mundo que es la Defensa, que está abierto a una gran cantidad de subsectores económicos”. En este sentido, el presidente de la Diputación ha añadido que “hemos localizado 24 subgrupos de tareas industriales que coinciden con ellos y que pueden desarrollar y



agrandar la base tecnológica de nuestra provincia de Córdoba”.

“Se trata de un ámbito en el que se prevé grandes inversiones y un importante impulso a la generación de empleo de calidad, por lo que tenemos que ensanchar la base tecnológica de Córdoba y, en definitiva, la industrialización de la provincia”, ha apostillado Fuentes.

Para el presidente de la institución provincial “la formación profesional es clave para transformar

al tejido productivo y para transferir la innovación, por lo que vamos a trabajar a través de este Plan que presentamos hoy que tiene su base en la Estrategia Tecnológica e Innovación de la Defensa 2020 y la Estrategia de Especialización Inteligente de Sostenibilidad de Andalucía”.

Fuentes ha explicado que “hoy lo que hacemos en este encuentro es trabajar con empresas que ya hemos detectado y con centros

de Formación Profesional para ofrecerles por parte de la Junta de Andalucía la posibilidad de buscar estrategias conjuntas que permita a los centros formativos la adaptación de sus procesos de aprendizaje en colaboración con el sector empresarial, para tratar de lograr una transformación que les permita captar el mayor número proyectos en el sector de la defensa y con la oportunidad que supone la Base Logística del Ejército de Tierra (BLET).

“Lo que Córdoba necesita es industrializar su proceso productivo y ensanchar su base productiva, que complementen al turismo, servicios y la agroindustria para incluir la potencialidad que ofrece tanto la BLET como el Hidrógeno Verde”, ha añadido Fuentes.

En este sentido, el presidente de la Diputación a modo de ejemplo ha explicado que “se va a aprobar una inversión 130.000

euros para impulsar en Dos Torres el proceso de prácticas de formación profesional de soldadura y calderería, que ya ha implantado la Junta de Andalucía. Y esto mismo lo haremos después con otros sectores productivos”, ha concluido Fuentes.

Por su parte, Florentino Santos, Secretario General de Formación Profesional de la Junta de Andalucía, ha hecho hincapié en que “la formación profesional se está transformando como elemento catalizador de la industrialización y el desarrollo y por eso hoy ponemos sobre la mesa un proyecto que está dotado con más de 2 millones de euros con varias líneas que incluyen la digitalización aplicada a la transformación y la innovación, la transferencia del conocimiento y la importancia del profesorado con estancias formativas en otros centros para mejorar su preparación para traer ese talento y favorecer la transformación de la sociedad”.

La Formación Profesional cuenta con 170.000 plazas en toda Andalucía ajustadas en cada comarca a las necesidades de cada zona, con una formación que incluye 500 horas de estancia en empresas que tendrán una parte importante dedicada a la innovación.

Presentación de la 2ª convocatoria de subvenciones para proyectos de mejora de las condiciones de empleabilidad de las personas en riesgo de exclusión social



L REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA a Junta de Gobierno Local del Ayuntamiento de Córdoba ha aprobado la 2ª convocatoria de subvenciones para proyectos de mejora de las condiciones de empleabilidad de las personas en riesgo de exclusión social, con un presupuesto de 534.659 euros, un 15 por ciento más que el año anterior.

En rueda de prensa, Eva Contador, Teniente de Alcalde de Servicios Sociales y Mayores en el Ayuntamiento de Córdoba, ha detallado que estos son “los cursos que realizamos en el Centro Impulsa Duque de Rivas” y la convocatoria está “dirigida a ONG y entidades sociales” que ofrezcan una formación que facilite a las personas en riesgo o en situación de exclusión “entrar en el mundo

laboral”. El año pasado, ha concretado la edil, “se formaron 160 personas, de las cuales el 40% han terminado con un puesto de trabajo y con un sueldo”.

“La idea es que esta actividad que se subvenciona pueda empezar en este año 2025 y tendrá una duración hasta el 30 de junio del año que viene, y se podrá ampliar hasta el 31 de julio. O sea, será un año, como si fuera un año escolar más”, ha explicado Contador, que ha añadido que los cursos se centran en “siete ámbitos profesionales”.

Estos cursos luego abarcan distintos itinerarios y, en total, este año se van a formar a 240 personas.

“Los cursos de atención sociosanitaria de personas en el domicilio y la de operaciones básicas de pisos de alojamiento, que el año pasado fueron las más demandadas, no solamente más demandadas, sino que más inserciones laborales han tenido, este año se duplicarán”, por lo que “en vez de tener un curso, tendremos dos”.

“Todos los itinerarios, que en total son 21, van a tener una media de diez personas, menos los sociosanitarios que llegan a 15, porque son también, a su vez, los que más demanda tienen luego en el mundo laboral”, ha argumentado la edil.

MadridJoya une por primera vez a todo el sector joyero cordobés



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Este espacio se presenta como un ejemplo de colaboración público-privada para mostrar la fortaleza de la industria joyera local en el mayor evento comercial del país. El acto de presentación contó con la participación del delegado de Desarrollo Económico, Promoción y Empleo de la Diputación provincial, Félix Romero, la consejera de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía, Rocío Blanco y la delegada de Hacienda, Economía y Empleo del Ayuntamiento de Córdoba y presidenta del IMDEEC, Blanca Torrent.

Romero, ha afirmado que “acudimos a esta cita convencidos de la importancia que tienen las empresas del sector joyero para el desarrollo social y económico de la provincia”.

El también presidente del Instituto Provincial de Desarrollo Económico (Iprode-

co), ha recalado que “en nuestra hoja de ruta tenemos muy claro que queremos estar presente en ferias como Madrid Joya o Vicenzaoro, ya que son un excelente escaparate para impulsar y posicionar la joyería de Córdoba a nivel nacional e internacional”.

“Las cifras hablan por sí solas, y el sector se cifra en algo más del millar de em-

presas, de las cuales en torno al 90% se ubica geográficamente en Córdoba, teniendo la provincia un papel destacado dentro del total de la producción nacional”, ha concluido.

La consejera de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía, Rocío Blanco, ha apoyado la iniciativa, destacando que la joyería cordobesa proyecta en MadridJoya una imagen «cohesionada, moderna y orgullosa de sus raíces, innovadora y rebosante de talento, con una representación de 25 de las 29 empresas andaluzas que participan en esta edición».

Blanco ha subrayado que el joyero es uno de los sectores con mayor proyección de Córdoba, donde se concentra el 95% de la producción andaluza y el 60% de la nacional, con más de 1.250 empresas y alrededor de 15.000 empleos.

También ha puesto en valor el trabajo de la Escuela de Joyería del SAE, con una tasa de inserción laboral que ronda el 80% del alumnado.

Granada, provincia andaluza con mayor número de comunidades energéticas



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Granada es la provincia andaluza con el mayor número de comunidades energéticas y grupos promotores, con unas 15 iniciativas activas en la actualidad. Este desarrollo ha sido posible gracias al trabajo de las Oficinas de Apoyo a las Comunidades Energéticas (OTC), en particular de ECO Granada, junto a OSCE y ENREDCOOP, que organizan jornadas, acciones de difusión y asesoramiento para fomentar la creación de comunidades energéticas basadas en la economía social.

El proyecto 'OTC ECO Granada', en marcha desde principios de 2024 y promovido por la Diputación de Granada, ofrece asesoramiento directo, realiza

estudios estratégicos, organiza jornadas informativas y facilita herramientas y documentación relevante a ciudadanos, entidades locales y pymes. Su objetivo es acompañar a los grupos motores en la creación y consolidación de comunidades energéticas, promoviendo la transición hacia un modelo energético más sostenible y participativo.

Entre las comunidades energéticas activas en Granada, se encuentran iniciativas muy diversas que muestran la implicación ciudadana y municipal. La CE de la Alpujarra, constituida en 2024, surgió como respuesta a un macroproyecto energético, mientras que la CE del Río Monachil ha logrado la cesión de la cubierta de un polideportivo por parte del Ayuntamiento para instalar placas solares. La CE de Padul, igualmente apoyada por el consistorio local, busca transformar el municipio hacia un modelo más sostenible, y la CE Alquelú incluye socios de Dúrcal, El Valle y la granja escuela El Molino de Lecrín. La CE Comarca de Huéscar agrupa a casi 90 personas, tres ayuntamientos y 15 PYMES, y la CE JABALCÓN, constituida como cooperativa, permite la participación de varios municipios con gestión económica independiente. Por su parte, la CE de SALAR, impulsada por el ayuntamiento, ayuda a familias y empresas locales a reducir su impacto energético, mientras que la CE Barrios de la Alhambra busca soluciones renovables en zonas protegidas de Granada, donde no es posible instalar placas fotovoltaicas de manera convencional.

La OTC ECO Granada ha consolidado su papel como referente a nivel autonómico, nacional y europeo. Es interlocutor oficial de las OTC andaluzas con el IDAE y fue seleccionada entre las 50 iniciativas europeas de interés para recibir asistencia gratuita en la promoción de proyectos de movilidad sostenible en el ámbito rural. Gracias a estas acciones, Granada se posiciona como un referente en energía renovable compartida, fortaleciendo tanto la economía como el compromiso ciudadano con un modelo energético más justo y sostenible.

El Geoparque de Granada logra la certificación como Destino Turístico Starlight

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Geoparque de Granada ha culminado con éxito el proceso de certificación como Destino Turístico Starlight, reconocimiento internacional otorgado por la Fundación Starlight tras la evaluación documental y una auditoría en campo, que incluye una inspección realizada en junio de 2025. Esta iniciativa se enmarca en las acciones previstas en el Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos del Geoparque de Granada, aprobado en 2021, como hoja de ruta del desarrollo sostenible del territorio.

El contrato con la Fundación Starlight comenzó en marzo de 2025, marcando el inicio formal del proceso de certificación. En el

mes de junio de 2025, un equipo de auditores de la Fundación Starlight, acompañados por la dirección del Geoparque, visitó diversos miradores ya finalizados, integrados en la nueva red de quince miradores astroturísticos que se está construyendo en territorio. Recorrieron además diversas localizaciones clave, como el Complejo Astronómico Los Coloraos (Gorafe) y el Hábitat Troglodita Almagruz (Purullena), comprobando el grado de avance de estas pequeñas infraestructuras, las acciones destinadas a la protección del cielo y los servicios vinculados al astroturismo.

El distintivo 'Destino Turístico Starlight' consolida al Geoparque de Granada como un destino excepcional para el astroturismo,

con infraestructuras, actividades y oferta interpretativa. La acreditación se concede por cuatro años, con un informe intermedio obligatorio a los dos años y una auditoría final para renovación.



Amplia respuesta de los municipios al Plan de Concertación de la Diputación: 12.000 peticiones para más de 80 programas en los que la institución invertirá 29 millones de euros



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación de Granada ha recibido una amplia y significativa respuesta de los municipios en el marco del Plan de Concertación Local 2026-2027. Los ayuntamientos de la provincia han presentado un total de 11.951 peticiones, que serán canalizadas a través de más de ochenta programas de asistencia técnica, económica y material, con una inversión que supera los 29 millones de euros en transferencias directas.

En este nuevo Plan, la Diputación mantiene una apuesta firme por los municipios en riesgo de despoblación, que contarán con un trato preferente dentro de este proceso.

Los programas abarcan ámbitos tan diversos como obras, ciclo integral del agua, urbanismo, medio ambiente, fomento rural, empleo, gestión energética, administración electrónica, bienestar social, igualdad, juventud, deportes, emergencias, consumo o patrimonio municipal.

Entre las novedades del bienio 2026-2027 destacan los programas para la conservación de castillos y fortalezas y su incorporación a rutas patrimoniales, así como nuevas herramientas de gestión municipal como la relación de puestos de trabajo o el registro de animales de compañía.

Los acuerdos con los municipios se firmarán en diciembre de 2025, momento en el que se podrá cuantificar el impacto final de este plan.

Motril se incorpora a la Guía de Localizaciones de Film in Granada



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El municipio de Motril, el segundo en importancia de la provincia de Granada en número de habitantes, se ha sumado al catálogo de localizaciones cinematográficas de Film in Granada, la oficina de cine de la Diputación, con tres espacios emblemáticos como son la antigua azucarera Nuestra Señora del Pilar, el popular Parque de los Pueblos de América y la exclusiva Villa Astrida en Playa Granada.

La fábrica azucarera Nuestra Señora del Pilar es un antiguo complejo industrial situado en la zona oriental de Motril, en un cerro comprendido en el paraje de la Rambla de las Brujas, dentro del perímetro urbano de la localidad. Construida a finales del siglo XIX como una fábrica azucarera, se mantuvo en funcionamiento entre 1883 y 1984.

En la actualidad se encuentra preservada de forma parcial y alberga el Museo Industrial del Azúcar. Entre lo conservado se encuentra un conjunto de máquinas de vapor modelo Fives-Lille, de 1889, así como un molino de azúcar pilé de la misma marca y época.

La emblemática Villa Astrida fue, desde las navidades de 1967, la casa de vacaciones de SS. MM. los Reyes de Bélgica Balduino y Fabiola. Un lugar que marcó profundamente sus vidas como espacio de descanso y disfrute. Se encuentra en un enclave privilegiado de la Costa Tropical granadina, Playa Granada y dispone de una vista privilegiada a Sierra Nevada. Cuenta con un extenso jardín de palmeras de 27.000 metros cuadrados, considerado un verdadero oasis en la comarca. Desde julio de 2023, este rincón mítico de la costa granadina abrió sus puertas al público para compartir la figura del Rey Balduino, su filosofía de vida y su legado humano y espiritual.

Film in Granada, la oficina de cine de la Diputación, ha facilitado los rodajes en la provincia de Granada de películas como Segundo Premio de Isaki Lacuesta, La sociedad de la nieve de J.A. Bayona, Cerrar los ojos de Víctor Erice y Secaderos de Rocío Mesa y cuenta con un catálogo de 135 localizaciones repartidas por toda la provincia, la mayor parte de ellas son espacios públicos ofrecidos por los propios ayuntamientos granadinos.

Huelva acogerá la II edición de los Premios al Emprendimiento Femenino en la provincia el 27 de octubre en el Muelle de las Carabelas



hace a las mujeres que quieren emprender, al tiempo que se trabaja “para reducir la brecha de género”.

De otro lado, María Ángeles Ortiz González, directora de Igualdad y Atención a la Diversidad de la Universidad de Huelva, hizo hincapié en que la UHU cuenta desde hace unos meses con un Vicerrectorado de Igualdad, entre cuyos ejes de actuación está “el compromiso y el apoyo a todas las iniciativas que, como estos premios, promueven la igualdad, en colaboración siempre con instituciones locales

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La diputada de Igualdad y Familia de la Diputación Provincial de Huelva, María del Mar Martín Florido; Mario Cerdán Jiménez, secretario general provincial de Universidad, Investigación e Innovación de la Junta de Andalucía; María Ángeles Ortiz González, directora de Igualdad y Atención a la Diversidad de la Universidad de Huelva; y María José Segura, CEO de Combo Comunicación, han presentado en la sede de la institución provincial la II edición de los Premios al Emprendimiento Femenino, que se celebrará el próximo 27 de octubre en el Muelle de las Carabelas y contará con la colaboración de la empresa Sandfire MATSA.

En su comparecencia ante los medios, la diputada provincial destacó que estos galardones buscan “reconocer el talento y el liderazgo de las mujeres onubenses, ya que es crucial visibilizarlos en todos los ámbitos para fomentar el emprendimiento y la igualdad. Ese extraordinario talento es clave para el desarrollo de nuestra provincia”, apuntó.

Por su parte, Mario Cerdán Jiménez destacó “la labor de apoyo y acompañamiento” que, desde la Consejería de Universidad, a través de su fundación, de Andalucía Emprende y de los 20 centros CADE distribuidos por toda la provincia -uno de ellos en la propia Universidad desde hace un año-, se

y provinciales. El liderazgo femenino es una fuerza transformadora que busca cambiar la estructura de poder y promover la igualdad de género en todas las esferas de la sociedad. Por eso, todas las iniciativas que proyectan un compromiso con la justicia social, la igualdad y la libertad de todas las mujeres tendrán el respaldo de la Universidad de Huelva”, apostilló.

María José Segura, CEO de Combo Comunicación, agradeció “el apoyo decidido” de la Diputación Provincial de Huelva y la apuesta de la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Universidad, Andalucía Emprende y la Universidad, “colaboradores estrechos no solo en Huelva, sino en toda Andalucía”. Confirmó que el plazo de presentación de candidaturas arranca hoy -el año pasado se presentaron 25- y se prolongará hasta el 5 de octubre.

Los Premios al Emprendimiento y Liderazgo Femenino incluyen cuatro categorías que reconocen la andadura de mujeres en el entorno profesional: Trayectoria Profesional, Proyecto Innovador, Deporte y Cultura y Ciencia y Tecnología.

Estos reconocimientos cuentan con gran prestigio en Andalucía, con más de 500 candidaturas en toda la comunidad autónoma. El número de asistentes por evento suele oscilar entre los 200 y los 250, más de 2.000 en toda la región.

Abierto el plazo de solicitud para los cursos gratuitos de montaje industrial y operaciones en planta química



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Hasta el 24 de septiembre se podrán presentar las inscripciones para optar a las 35 plazas disponibles, 20 en Montaje industrial orientado al sector del hidrógeno verde (Nivel 1) y 15 en Operaciones básicas en planta química (Nivel 2).

La teniente de alcaldesa de Empleo, Desarrollo Económico y Fondos Europeos del Ayuntamiento de Huelva, Adela de Mora, ha animado a los desempleados onubenses a aprovechar esta oportunidad “única” porque “son cursos que suponen una formación muy específica y orientada a cubrir los puestos de trabajo que van a demandar las empresas en el marco de la revolución industrial en marcha”. En algunos casos, explica de Mora, “son cursos que se van a impartir por primera vez en la capital o en el caso del montaje industrial orientado al sector del hidrógeno verde, por primera vez en España, porque lo hemos creado y homologado para poder dar cobertura a este sector en el que Huelva es referente indiscutible”.

El procedimiento de selección se ha iniciado con la publicación de la convocatoria pública de estas dos acciones formativas en el tablón de edictos electrónico del Ayuntamiento de Huelva. Se abren así las convocatorias para los cursos de montaje

industrial orientado al sector del hidrógeno verde y operaciones básicas en planta química que se desarrollarán en octubre; mientras que el de soldadura con electrodo revestido y TIG con tecnología de realidad aumentada está previsto para febrero de 2026.

El plazo de presentación de solicitudes termina el próximo 24 de septiembre debiendo ajustarse a los formularios publicados en la propia convocatoria, acompañados de la documentación acreditativa del cumplimiento de cada uno de los requisitos exigidos en las bases reguladoras.

Cada acción se compone de formación específica y prácticas profesionales; formación transversal y complementaria; y tutorías, asesoramiento y acompañamiento.

El proyecto H2VerdeHuelva nace con el propósito de formar y capacitar a personas desempleadas en el ámbito del Hidrógeno Verde, en respuesta a la creciente demanda de personal cualificado en el Polo Químico de Huelva. Esta iniciativa busca aprovechar la oportunidad de desarrollo que supone la transición industrial hacia energías sostenibles en el territorio, impulsando la empleabilidad y contribuyendo a la descarbonización de la industria.

El objetivo es impulsar el crecimiento y el empleo de calidad en Huelva que permita adaptarse a las nuevas necesidades del mercado de trabajo.

La Diputación de Huelva actualiza el censo de más de 3.000 empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Diputación de Huelva, a través de su Unidad de Consumo, ha puesto en marcha una campaña de actualización de datos de

las más de 3.200 empresas y comercios adheridos al Sistema Arbitral de Consumo en la provincia.

El objetivo es revisar un censo que se ha ido configurando en los últimos 30 años, garantizando así



que solo figuren las empresas activas y que los datos de contacto sean correctos. Para ello, la Junta Arbitral Provincial ha contratado a la empresa especializada Emcon A, que en los próximos meses se pondrá en contacto telefónico con las empresas inscritas para confirmar o corregir su información.

Además de la actualización del registro, la campaña busca animar a nuevos negocios a sumarse a este sistema voluntario, gratuito y vinculante, que permite resolver conflictos entre consumidores y empresas sin necesidad de acudir a la vía judicial.

Según datos del Ministerio de Consumo, el Sistema Arbitral resuelve satisfactoriamente el 90 % de los casos gestionados, lo que demuestra su eficacia y la seguridad que ofrece tanto a empresas como a consumidores.

La adhesión al Sistema Arbitral de Consumo supone para las empresas un sello de responsabilidad y compromiso ético con los clientes, además de una herramienta eficaz para resolver posibles discrepancias de forma rápida y sin costes.

Para los consumidores, representa una vía accesible y segura para reclamar sus derechos, con la garantía de una resolución imparcial y transparente.

Cuarenta nuevas empresas se han sumado en 2025 a la iniciativa 'Jaén por Industria', que alcanza ya las 240

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La iniciativa 'Jaén por industria' creciendo. En el primer semestre de 2025 han sido 40 empresas las que se han adherido a esta plataforma que creó la Administración provincial en 2022 para fortalecer y aumentar la competitividad del tejido industrial del territorio jiennense y generar así mayor actividad, empleo y riqueza en nuestra tierra. Para el diputado de Empleo y Empresa, Luis Miguel Carmona, el "balance de Jaén por Industria es muy importante, porque en muy poco tiempo ya contamos con más de 240 empresas adheridas, entre pymes y grandes empresas de la provincia de Jaén".

El trabajo desarrollado por la Diputación en torno a esta estrategia industrial no se ha limitado a incorporar nuevos socios, sino que ha ido mucho más allá. Durante estos meses, "a la labor de difusión de este proyecto y de incorporación de nuevas industrias, se han sumado numerosas actuaciones, entre otras el desarrollo de distintas acciones formativas de interés en temas como ciberseguridad, licitaciones y legislación, además de la organi-



zación de diferentes encuentros comarcales", explica el diputado.

Otra de las propuestas que destaca el diputado de Empleo y Empresa es el Banco de Talento, a través del que "estamos poniendo negro sobre blanco las diferentes ofertas y demandas de las empresas, consiguiendo con ello el retorno de muchos recursos humanos que en otro momento de sus vidas tuvieron

que salir de la provincia de Jaén para iniciar una actividad empresarial o conseguir un empleo".

Ahora, subraya Carmona, "están regresando, están volviendo, porque en nuestra provincia hay empresas con mucho potencial, con muchas cualidades, en las que este talento ya formado está, como es lógico, dando mayor valor añadido a estas empresas".

Más de un centenar de personas logran su inserción laboral con los Proyectos Integrales que gestiona la Diputación



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Más de un centenar de personas han logrado su inserción laboral gracias al programa Proyectos Integrales para la Inserción Laboral, una iniciativa gestionada por la Diputación de Jaén y financiada por la Unión Europea, a

través del Fondo Social Europeo, y el Servicio Andaluz de Empleo, dirigida a personas con mayores dificultades para acceder al mercado laboral. El diputado de Empleo y Empresa, Luis Miguel Carmona, destaca el éxito de las dos líneas desarrolladas por la Administración provincial que suman un presupuesto de 900.000 euros.

El proyecto dirigido a colectivos vulnerables, entre los que se encuentran personas en desempleo de larga duración, mayores de 45 años, personas en situación de exclusión social y personas receptoras de prestaciones como el subsidio por desempleo o la renta activa de inserción, ha finalizado este verano con la participación de 103 personas de las que 85 han logrado insertarse laboralmente.

"Hemos superado los objetivos del programa que contemplaba 100 proyectos integrales y 40 inserciones, por lo que estamos muy satisfechos", afirma. De hecho, todas las personas que han participado en el programa, 69 mujeres y 34 hombres, han mejorado su empleabilidad y su posicionamiento en el mercado laboral a través de la adquisición de conocimientos técnicos, competencias y habilidades laborales.

El programa de Proyectos Integrales para la Inserción Laboral combina diferentes actuaciones para ofrecer a las personas participantes una atención integral que se inicia con el diagnóstico de empleabilidad y culmina con la inserción laboral.

De este modo, todos los inscritos realizan diferentes acciones de orientación laboral y de formación de al menos 50 horas, para lo que reciben un incentivo económico de 528 euros por su participación. En la segunda fase se llevan a cabo acciones de orientación para la inserción laboral, acompañamiento y prospección del mercado de trabajo, con una duración de 40 horas.

Junto al proyecto dirigido a colectivos vulnerables, la Diputación ejecuta otro destinado a mejorar la inserción laboral de jóvenes de entre 18 y 29 años, inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil. Esta línea, que se desarrollará hasta junio de 2026, ha permitido que 58 personas reciban orientación y formación, de las cuales 25 han logrado un empleo.

La Diputación de Jaén se incorpora a la Red PIDI para reforzar el apoyo a la innovación empresarial en la provincia



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Diputación Provincial de Jaén se ha incorporado oficialmente a la Red de Puntos de Información sobre actividades de I+D+i, la Red PIDI, con el objetivo de reforzar el apoyo a la innovación empresarial que se brinda en la provincia jiennense. Así lo asegura la diputada de Fondos Europeos y Geolit, Lourdes Martínez, quien explica que "esta es una red que está impulsada por el Centro de Desarrollo Tecnológico y la Innovación (CDTI) que depende del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, y con esta adhesión, que se materializa a través de la oficina de GEOLIT, la Diputación se convierte en un punto oficial de asesoramiento y acompañamiento en materia de ayudas públicas a la I+D+i".

La principal consecuencia que tendrá la inclusión en la Red PIDI es que "vamos a poder ofrecer información especializada, orientación técnica y también apoyo en la tramitación de las convocatorias que gestiona tanto el CDTI como otros organismos nacionales europeos que tienen que ver con la I+D+i", subraya Martínez, quien añade que con esta incorporación, la Diputación jiennense "da un paso más, ya que refuerza los servicios que prestamos y amplía nuestra capacidad de acción para atender a empresas, autónomos, entidades sin ánimo de lucro y locales interesadas en financiar proyectos innovadores y tecnológicos".

Entregados los Premios Ciudad de Málaga 2025

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, al frente de la Corporación local, ha presidido el acto de entrega de los Premios Ciudad de Málaga 2025, en el que también han estado presentes, en representación de la Junta de Andalucía, las consejeras de Economía, Hacienda y Deporte, Carolina España y Patricia del Pozo, respectivamente.

Los premiados han sido Jorge González Sánchez; Torsa Global; Luis Fernando Martínez; Antonio Jesús López Nieto; Jorge Rando; Hermanas de la Cruz; UNED Málaga; y la Asociación de Amigos del Jardín Botánico-Histórico de La Concepción.

Premio Ciudad de Málaga al Turismo, a Jorge González Sánchez, director del AC Hotel by Marriot Málaga Palacio.

Premio Ciudad de Málaga a la Empresa



y el Comercio, a Torsa Global, compañía malagueña especializada en el diseño y fabricación de soluciones de alto nivel tecnológico para los sectores de la industria pesada, logística, farmacéutica, industrial,

agroalimentaria y el sector de las energías renovables.

Premio Ciudad de Málaga a la Innovación y a

la Tecnología, a Luis Fernando Martínez, que fue director de AT4 Wireless, ahora ya jubilado, fue fundador de CETECOM, embrión de AT4 Wireless, pionero en el Málaga Tech Park.

Premio Ciudad de Málaga al Deporte, a Antonio Jesús López Nieto por su gran trayectoria en la gestión deportiva, especialmente como presidente de Unicaja Baloncesto.

Premio Ciudad de Málaga a la Cultura, a Jorge Rando, un artista malagueño autor, entre otras obras, del Museo al Aire Libre de la Catedral de Málaga, inaugurado en 2009.

Premio Ciudad de Málaga a la Solidaridad, a la congregación de las Hermanas de la Cruz que celebran el 150 aniversario de su fundación.

Premio Ciudad de Málaga a la Educación, a UNED Málaga en su 50 aniversario.

Premio Ciudad de Málaga a la Sostenibilidad Ambiental, a Asociación de Amigos del Jardín Botánico-Histórico de la Concepción.



Málaga cierra el mes de agosto con una ocupación hotelera del 92,15% en la provincia, 1,26 puntos por encima de los datos registrados en 2024



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) sostiene que la ocupación hotelera durante el mes de agosto en la provincia de Málaga ha sido del 92,15%. Se trata de un porcentaje, el del octavo mes del año, ligeramente superior a las cifras del mismo mes de 2024 cuando se registró un 90,89%. La mayor parte de los visitantes han llegado procedentes del mercado internacional, alrededor de un 65%, mientras que tan solo el 35% restante tiene su origen en territorio nacional.

“El mes de agosto ha vuelto a confirmar la fortaleza de la Costa del Sol como destino turístico de primer nivel, alcanzando una ocupación del 92,15%, una cifra ligeramente superior a la registrada en 2024. Este dato pone de manifiesto la estabilidad de nuestro sector, incluso en un contexto

de gran competencia internacional. Resulta muy significativo comprobar que el 65% de nuestros visitantes proceden del mercado internacional. Esto refleja la gran proyección de la Costa del Sol más allá de nuestras fronteras, pero al mismo tiempo nos plantea el reto de seguir impulsando la demanda nacional, que todavía tiene un gran margen de crecimiento”, ha explicado José Luque, presidente de Aehcos.

Por lo que respecta a las previsiones para los próximos meses se espera que en septiembre la ocupación sea de un 87,65% frente al 88,74% de 2024. Por nacionalidades, se prevé que disminuya el número de turistas de procedencia nacional hasta alcanzar el 30% del total, frente a los originarios del mercado internacional que se situarían en el 70%. En cuanto a octubre de 2025, la patronal hotelera prevé que la ocupación sea del 74,13% frente al 86,70% registrado en octubre del pasado año.

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

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Se ha procedido a la colocación de la primera piedra de las obras de urbanización del nuevo sector logístico, industrial y terciario de Vélez-Málaga, denominado El Higueral, con el que se pretende dar respuesta a la creciente demanda de suelos productivos en la Costa del Sol Oriental y que podrá generar hasta mil nuevos empleos. El acto ha contado con la presencia y participación, entre otras personalidades y representantes del tejido económico y empresarial de la comarca, del alcalde de Vélez-Málaga, Jesús Lupiáñez Herrera, así como del presidente de Sociedad Azucarrera Larios, Carlos Gutiérrez-Maturana-Larios Altuna y los miembros de la Junta de Compensación.

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 dotaciones, 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. Además, las obras de edificación podrán simultanearse con las de edificación, en virtud de la nueva Ley de Impulso a la Sostenibilidad del Territorio de Andalucía (LISTA), lo que adelantaría en dos años la puesta en marcha de las industrias que se instalen en el nuevo sector.

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.

Sevilla refuerza su conectividad aérea con Canarias gracias a la llegada de Binter, que operará 10 vuelos semanales

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Ayuntamiento de Sevilla, a través del Área de Turismo y Cultura, ha anunciado hoy la incorporación de una nueva conexión aérea con Canarias, fruto del trabajo de búsqueda y consolidación de rutas estratégicas para la ciudad. La aerolínea Binter comenzará a operar a partir del próximo 1 de diciembre con 10 vuelos semanales, cinco a Tenerife Norte y cinco a Gran Canaria, reforzando así la oferta de destinos directos desde Sevilla.

Los vuelos se realizarán los lunes, miércoles, jueves, viernes y domingos, con horarios que facilitan tanto los desplazamientos turísticos como los profesionales. Además, Binter ofrecerá a sus pasajeros la posibilidad de conectar sin coste adicional con el resto de aeropuertos canarios gracias a sus más de 250 vuelos diarios en el archipiélago.

En este sentido, la delegada de Turismo y Cultura, Angie Moreno, ha valorado muy positivamente esta nueva conexión y ha destacado que “Sevilla sigue avanzando en su

estrategia de reforzar su conectividad aérea.

La llegada de Binter es fruto de un trabajo constante por parte del Ayuntamiento para atraer nuevas rutas que diversifiquen y fortalezcan la oferta de vuelos desde nuestra ciudad. Esta conexión con Canarias no solo amplía las oportunidades turísticas y económicas, sino que también responde a la necesidad de suplir rutas canceladas por parte de otras aerolíneas, asegurando que Sevilla mantenga e incluso mejore sus vínculos aéreos estratégicos”.



Asimismo, Moreno ha subrayado el impacto positivo que estas nuevas frecuencias tendrán en la economía local ya señalado que “estamos convencidos de que esta conexión con Canarias va a generar un importante movimiento de viajeros en ambas direcciones. Esto significa más visitantes para Sevilla, más oportunidades para nuestros sectores productivos y un impulso adicional a nuestra proyección

como destino cultural, turístico y económico”. Por último, la edil de Turismo ha concluido que “la llegada de Binter refuerza la posición de Sevilla como nodo aéreo de referencia en el sur de España, en línea con la estrategia del Ayuntamiento de consolidar nuevas conexiones internacionales y nacionales que amplíen las posibilidades de viaje y fortalezcan el papel de la ciudad como destino de primer nivel”.

La Diputación de Sevilla recibe 1,4 millones de euros para impulsar la plataforma inteligente de destinos en la provincia



Los vicepresidentes de INPRO y PRODETUR, Antonio Jesús Muñoz y Rodrigo Rodríguez Hans, respectivamente, han mantenido un encuentro de trabajo con Enrique Martínez, presidente de SEGITTUR, la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, dependiente del Ministerio de Industria y Turismo. El objetivo de la reunión ha sido avanzar en el proyecto ‘Plataforma Inteligente para Destinos Turísticos de la Provincia de Sevilla’, que cuenta con una subvención de 1,4 millones de euros concedida por el ministerio en la convocatoria de ayudas para el despliegue de Plataformas Inteligentes de Destino (PID).

Se trata de un proyecto tecnológico que se alinea plenamente con la estrategia nacional de Destinos Turísticos Inteligentes y busca acelerar la transformación digital del turismo en Sevilla, mediante la integración de datos turísticos y territoriales y la puesta en marcha de soluciones digitales avanzadas que optimicen la gestión y favorezcan la sostenibilidad.

La Plataforma Inteligente de Destinos conectará a destinos, empresas, turistas y residentes y permitirá afrontar retos clave del sector, como la digitalización, la personalización de la oferta,

la eficiencia operativa y el fortalecimiento del tejido empresarial local.

Entre sus objetivos, destacan el desarrollo de una plataforma tecnológica de gestión turística de alcance provincial; la creación de una capa digital de información turística, coherente y normalizada según normas UNE; la captura y análisis de datos sobre el comportamiento de los visitantes y el impacto económico del turismo; así como la elaboración de cuadros de mando para la toma de decisiones estratégicas y la interoperabilidad con el nodo central de la Ontología del Turismo de SEGITTUR.

Los vicepresidentes de ambas sociedades de la Diputación de Sevilla han resaltado que la ayuda de 1,4 millones de euros supone un espaldarazo a la estrategia de turismo inteligente de la provincia, porque permitirá ofrecer un mejor servicio al visitante, mejorar la calidad de vida de los residentes y fortalecer a las empresas turísticas del territorio. La iniciativa beneficiará a todo el ecosistema turístico: destinos, empresas, visitantes, residentes e investigadores, consolidando a la provincia de Sevilla como territorio innovador y líder de la gestión turística inteligente, dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).

Javier Fernández participa en la entrega de los premios AJE Sevilla, donde reivindica un “gran pacto por el emprendimiento en Andalucía”



El presidente de la Diputación de Sevilla, Javier Fernández, ha reiterado el compromiso de la institución con todas las acciones y con todos los actores que contribuyan a apoyar el emprendimiento allí donde surja, durante su intervención en el acto de entrega de los Premios de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Sevilla, que han cumplido 25 años.

“Quiero manifestar el compromiso de la Diputación de Sevilla por ese concepto del emprendimiento y sobre todo porque hay que sacar el talento de la gente joven. Nosotros vamos a intentar ser por encima de todo la gran Diputación de la gente joven en materia de emprendimiento y en otras materias que para mí son capitales como la vivienda”, afirmó.

En la categoría ‘Iniciativa emprendedora’, el premio recayó en Sonora Intelligence, empresa que ha destacado por su capacidad innovadora y su proyección en el mercado, según destacó el jurado. A esta modalidad concurrieron también las empresas Apralize; MK Preventiona;

Lefance, Maquetas CNC y Eonse.

En la categoría ‘Trayectoria empresarial’, el galardón fue otorgado a Naturanda Turismo Ambiental, empresa consolidada como un referente en el sector turístico a nivel provincial y andaluz. Movilsur también optaba al premio en esta modalidad, por su contribución al sector automovilístico de la provincia de Sevilla.

El presidente de AJE Sevilla, Miguel Ángel Pérez, recordó que “estos premios cumplen 25 años reconociendo el esfuerzo, la ilusión y el talento de los jóvenes empresarios de Sevilla. Sonora Intelligence y Naturanda son un relejo de lo que significa emprender y consolidar proyectos en nuestra provincia: innovación, compromiso y capacidad de generar riqueza y empleo”.

“Desde AJE Sevilla trabajamos para que los emprendedores tengan las herramientas y el apoyo necesarios para convertir sus ideas en proyectos sólidos. Hoy celebramos no solo a los premiados, sino también a todos los finalistas y al conjunto del ecosistema emprendedor que hace de Sevilla una tierra de oportunidades”, destacó.

Andalucía pierde 1.346 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 1.346 personas en el octavo mes del año respecto a julio de 2025 en Andalucía, lo que ha situado la cifra total de autónomos en la cifra de 588.321 personas.

El presidente de ATA Andalucía, Rafael Amor, ha afirmado que "Andalucía ha perdido en el mes de agosto 1.346 autónomos, cifra que está dentro de la normalidad. Se vienen perdiendo autónomos todos los agostos y está en línea de la de otros años", ha añadido.

El Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) ha perdido en agosto 8.662 autónomos. Si analizamos los datos por comunidades autónomas se comprueba que todas las comunidades autónomas perdieron autónomos en el mes de agosto, siendo en términos absolutos la Comunidad de Madrid (-2.170 autónomos), Cataluña (-1.572 autónomos) y Andalucía (-1.346 autónomos) las regiones que más cotizantes autónomos perdieron. En términos relativos fueron la Comunidad de Madrid y Extremadura, ambas con un descenso del 0,5% de sus autónomos en agosto, las que lideraron la pérdida del colectivo, seguidas

de la Región de Murcia, con un descenso del -0,4%.

Por provincias, el número de autónomos ha descendido en todas. Destacan las pérdidas de Sevilla (-573), Granada (-199), Córdoba (-192) y Cádiz (-188). También se registraron descensos en Almería y Huelva (-94 en ambas provincias), Jaén (-4) y Málaga (-3).

"Andalucía sigue en crecimiento de autónomos y posiblemente lleguemos a final de año a los 600.000 autónomos. Si es verdad que se está viendo un cierto receso a la hora de crear actividad y crear empleo, sobre todo por medidas que está introduciendo el Gobierno, como la reducción de la jornada laboral. Estamos expectantes, pero las cifras en Andalucía siguen siendo positivas", ha concluido.

Según el género, ambos sexos han registrado descensos en el mes de agosto de 2025 respecto a julio

de 2025, el mayor descenso se ha registrado en el colectivo de autónomas (-0,3%), mientras que los varones han descendido un 0,2%. Lo que en términos absolutos representa una pérdida de 571 mujeres y de 775 varones.

ANDALUCÍA SUMA 8.013 AUTÓNOMOS EN EL ÚLTIMO AÑO

Si analizamos los datos respecto a agosto de 2024, observamos que Andalucía ha ganado más de 8.000 autónomos (8.013), destacando los crecimientos de Málaga (4.724) y de Sevilla (1.820). Todas las provincias suman autónomos respecto a agosto de 2024, siendo Jaén (+43), Cádiz (+79) y Córdoba (+91) las provincias en la que los aumentos son más livianos. Lejos de las cifras de Málaga y Sevilla, pero por encima de estas tres últimas provincias se encuentran Granada (+635), Almería (+497) y Huelva (+124).

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	63.077	63.153	76	0,1
CÁDIZ	67.308	67.764	456	0,7
CÓRDOBA	54.513	54.226	-287	-0,5
GRANADA	69.284	69.403	119	0,2
HUELVA	29.744	30.005	261	0,9
JAÉN	42.378	42.661	283	0,7
MÁLAGA	137.835	141.597	3.763	2,7
SEVILLA	119.635	119.511	-123	-0,1
ANDALUCIA	583.774	588.321	4.547	0,8
ESPAÑA	3.386.765	3.405.711	18.946	0,6

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

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, AGOSTO 2024 - AGOSTO 2025

	AGOSTO 2024	AGOSTO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	62.656	63.153	497	0,8
CÁDIZ	67.685	67.764	79	0,1
CÓRDOBA	54.135	54.226	91	0,2
GRANADA	68.768	69.403	635	0,9
HUELVA	29.881	30.005	124	0,4
JAÉN	42.617	42.661	43	0,1
MÁLAGA	136.874	141.597	4.724	3,5
SEVILLA	117.691	119.511	1.820	1,5
ANDALUCIA	580.308	588.321	8.013	1,4
ESPAÑA	3.371.350	3.405.711	34.361	1,0

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

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

	JULIO 2025	AGOSTO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	63.246	63.153	-94	-0,1
CÁDIZ	67.952	67.764	-188	-0,3
CÓRDOBA	54.418	54.226	-192	-0,4
GRANADA	69.602	69.403	-199	-0,3
HUELVA	30.100	30.005	-94	-0,3
JAÉN	42.665	42.661	-4	0,0
MÁLAGA	141.600	141.597	-3	0,0
SEVILLA	120.084	119.511	-573	-0,5
ANDALUCIA	589.667	588.321	-1.346	-0,2
ESPAÑA	3.414.373	3.405.711	-8.662	-0,3

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

EVOLUCIÓN PARO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

	PARO DICIEMBRE 2024	PARO AGOSTO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	46.067	43.537	-2.530	-5,5
CÁDIZ	121.211	108.894	-12.317	-10,2
CÓRDOBA	54.320	52.426	-1.894	-3,5
GRANADA	70.647	66.940	-3.707	-5,2
HUELVA	34.074	30.588	-3.486	-10,2
JAÉN	35.793	35.158	-635	-1,8
MÁLAGA	119.074	108.729	-10.345	-8,7
SEVILLA	153.653	146.339	-7.314	-4,8
ANDALUCIA	634.839	592.611	-42.228	-6,7
ESPAÑA	2.560.718	2.426.511	-134.207	-5,2

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

EVOLUCIÓN PARO, AGOSTO 2024 - AGOSTO 2025

	PARO AGOSTO 2024	PARO AGOSTO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	47.987	43.537	-4.450	-9,3
CÁDIZ	117.781	108.894	-8.887	-7,5
CÓRDOBA	57.132	52.426	-4.706	-8,2
GRANADA	70.733	66.940	-3.793	-5,4
HUELVA	33.750	30.588	-3.162	-9,4
JAÉN	39.275	35.158	-4.117	-10,5
MÁLAGA	116.342	108.729	-7.613	-6,5
SEVILLA	156.334	146.339	-9.995	-6,4
ANDALUCIA	639.334	592.611	-46.723	-7,3
ESPAÑA	2.572.121	2.426.511	-145.610	-5,7

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

EVOLUCIÓN PARO, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

	PARO JULIO 2025	PARO AGOSTO 2025	VARIACION	INCREMENTO (%)
ALMERÍA	43.603	43.537	-66	-0,2
CÁDIZ	108.816	108.894	78	0,1
CÓRDOBA	51.897	52.426	529	1,0
GRANADA	66.692	66.940	248	0,4
HUELVA	30.837	30.588	-249	-0,8
JAÉN	34.953	35.158	205	0,6
MÁLAGA	108.865	108.729	-136	-0,1
SEVILLA	145.192	146.339	1.147	0,8
ANDALUCIA	590.855	592.611	1.756	0,3
ESPAÑA	2.404.606	2.426.511	21.905	0,9

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

ANDALUCIA	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	367.704	370.279	2.575	0,7
MUJERES	216.070	218.041	1.972	0,9
TOTAL	583.774	588.321	4.547	0,8

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, AGOSTO 2024 - AGOSTO 2025

ANDALUCIA	AGOSTO 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	366.575	370.279	3.704	1,0
MUJERES	213.733	218.041	4.309	2,0
TOTAL	580.308	588.321	8.013	1,4

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

ANDALUCIA	JULIO 2025	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	371.055	370.279	-775	-0,2
MUJERES	218.612	218.041	-571	-0,3
TOTAL	589.667	588.321	-1.346	-0,2

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

ALMERIA	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	39.242	39.294	52	0,1
MUJERES	23.835	23.858	24	0,1
TOTAL	63.077	63.153	76	0,1

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

CORDOBA	JULIO 2025	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	35.105	34.995	-110	-0,3
MUJERES	19.313	19.231	-82	-0,4
TOTAL	54.418	54.226	-192	-0,4

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

GRANADA	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	43.711	43.766	55	0,1
MUJERES	25.574	25.637	63	0,2
TOTAL	69.284	69.403	119	0,2

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

GRANADA	JULIO 2025	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	43.891	43.766	-125	-0,29
MUJERES	25.710	25.637	-73	-0,3
TOTAL	69.602	69.403	-199	-0,3

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

HUELVA	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	18.905	19.015	110	0,6
MUJERES	10.839	10.990	151	1,4
TOTAL	29.744	30.005	261	0,9

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

ALMERIA	JULIO 2025	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	39.333	39.294	-39	-0,1
MUJERES	23.913	23.858	-54	-0,2
TOTAL	63.246	63.153	-94	-0,1

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

CADIZ	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	42.272	42.388	116	0,3
MUJERES	25.036	25.376	340	1,4
TOTAL	67.308	67.764	456	0,7

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

CADIZ	JULIO 2025	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	42.538	42.388	-150	-0,4
MUJERES	25.414	25.376	-37	-0,15
TOTAL	67.952	67.764	-188	-0,3

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

CORDOBA	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	35.159	34.995	-164	-0,5
MUJERES	19.354	19.231	-123	-0,6
TOTAL	54.513	54.226	-287	-0,5

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

HUELVA	JULIO 2025	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	19.077	19.015	-62	-0,3
MUJERES	11.023	10.990	-33	-0,3
TOTAL	30.100	30.005	-94	-0,3

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

JAEN	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	27.570	27.814	244	0,9
MUJERES	14.807	14.847	39	0,3
TOTAL	42.378	42.661	283	0,7

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, JULIO 2025 - AGOSTO 2025

JAEN	JULIO 2025	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	27.849	27.814	-35	-0,1
MUJERES	14.816	14.847	31	0,21
TOTAL	42.665	42.661	-4	0,0

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

EVOLUCIÓN SEGÚN GÉNERO, DICIEMBRE 2024- AGOSTO 2025

MALAGA	DICIEMBRE 2024	AGOSTO 2025	DIFERENCIA	PORCENTAJE
VARONES	85.018	87.137	2.120	2,5
MUJERES	52.817	54.460	1.643	3,1
TOTAL	137.835	141.597	3.763	2,7

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



Espacio de Encuentro CEA con la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar para impulsar nuevas alianzas y reforzar el papel de las empresas familiares en Andalucía



CEA mantiene un encuentro con la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar (AAEF) para explorar posibles sinergias y nuevas formas de colaboración que refuercen el papel de las empresas familiares en nuestra comunidad. En él, se puso sobre la mesa la importancia de seguir trabajando

juntos en la defensa y promoción de este modelo empresarial, clave en la economía andaluza.

Desde CEA destacamos el valor de contar con un Consejo de la Empresa Familiar, un espacio propio dentro de la organización que permite canalizar propuestas, compartir experiencias y dar visibilidad a las necesidades específicas del sector.

Valoración Datos Paro: CEA reclama eliminar las propuestas normativas sin diálogo que generan incertidumbre y frenan la creación de empleo

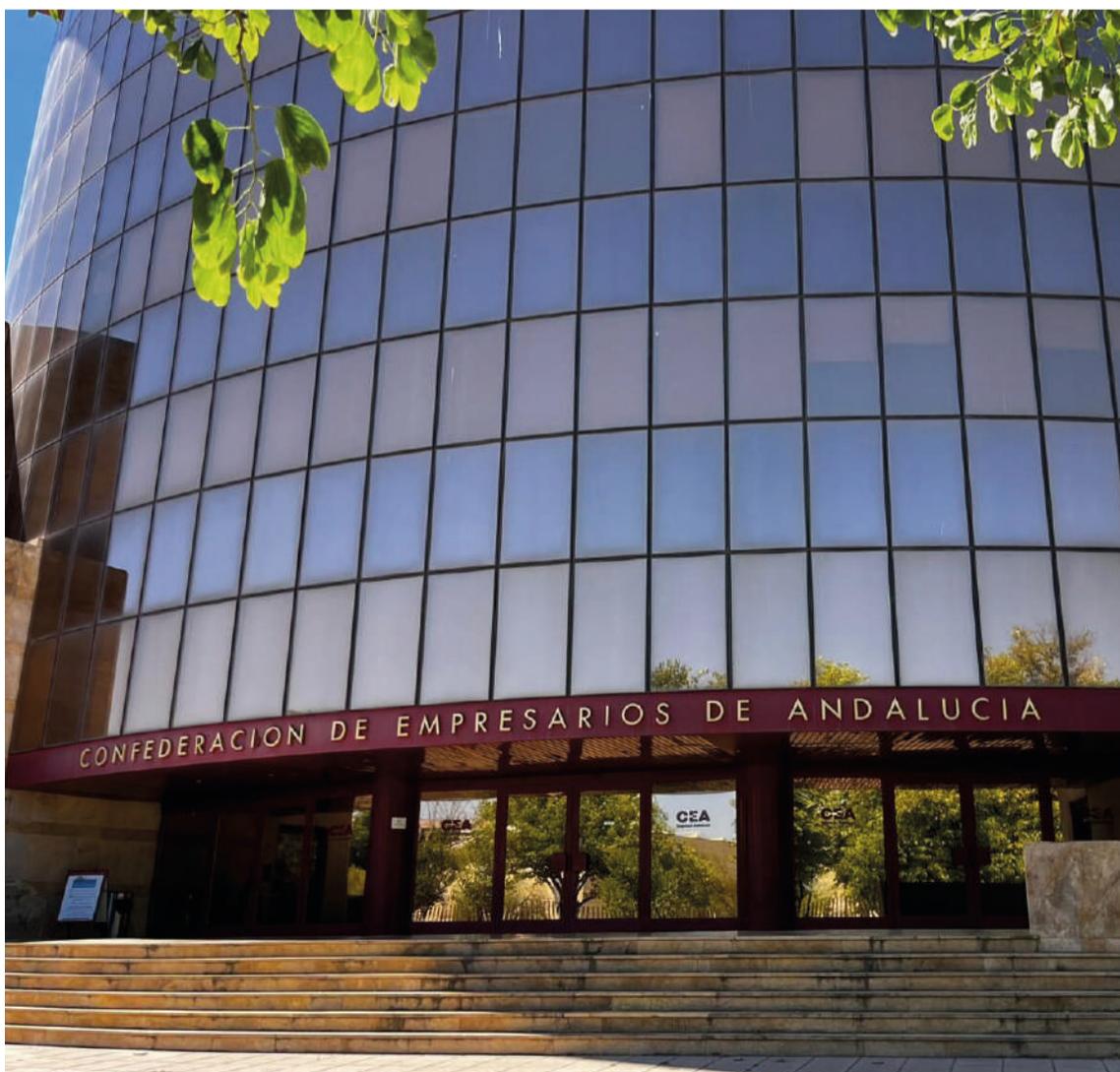


CEA valora la subida del paro registrada en agosto como habitual tras la finalización de los contratos de verano y subraya que «en términos interanuales el paro ha descendido en un 5,6% en el conjunto nacional, y en un 7,3% en Andalucía». Sin embargo, Manuel Carlos Alba, director del Área Jurídica y Relaciones Laborales de la Confederación de Empresarios de Andalucía, recalca que «esta disminución del paro respecto a 2024 es de menor intensidad que en años anteriores, por lo que conviene tomar nota en este sentido».

Alba señala que «para fortalecer el mercado de trabajo, resulta imprescindible dejar de introducir

cambios normativos al margen del diálogo y del consenso social, y eliminar las incertidumbres constantes de propuestas que dificultan la capacidad de las empresas para crear empleo y mejorar las relaciones laborales a través de la negociación colectiva».

En la misma línea, el director de Relaciones Laborales de CEA asegura que «el peso específico que tiene la creación de empleo en la pequeña empresa y la capacidad de la microempresa para crear empleo es prácticamente nula, las cargas y costes laborales constituyen un obstáculo insalvable para la creación de empleo» y afirma que, pese a todo, «el sector privado sigue constituyendo el núcleo favorable para la contratación indefinida y la bajada de la temporalidad».



CEA reúne al Consejo Empresarial de Turismo

El Consejo Empresarial de Turismo de CEA, presidido por José Carlos Escibano, ha mantenido una reunión en la que se discutieron los principales retos que enfrenta el sector turístico, así como la revisión de los datos más recientes y un análisis detallado de la Ley de Turismo Sostenible.

Los asistentes al Consejo coincidieron en la importancia de continuar avanzando hacia un turismo más sostenible y que refuerce el posicionamiento de Andalucía como destino de referencia. La

reunión puso en valor la actitud proactiva del sector frente a los nuevos retos normativos, con la mirada puesta en mejorar su competitividad y construir un futuro más sostenible. Este encuentro subraya el compromiso de la CEA y sus miembros para trabajar en conjunto y promover un desarrollo turístico que responda a las exigencias actuales del mercado y del entorno.

CEA, como agente del diálogo social, reafirma su compromiso con el desarrollo del sector turístico andaluz, impulsando espacios de análisis, reflexión y diálogo.



ENTREVISTA

ASCENSIÓN DE AYNAT
AGENTE INMOBILIARIO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Es usted una emprendedora que ha conseguido consolidar su proyecto inmobiliario en Almería? ¿Cómo ha sido el camino y cuáles han sido los valores que la han guiado?

Mi camino ha sido como el de la mayoría de los emprendedores y empresarios: a veces con piedras en el camino, otras con picos de montaña y, en ocasiones, con valles. No ha sido fácil, pero la pasión que puse desde el primer día me ha ayudado a superarlo.

Los valores que más me han guiado han sido la innovación, la profesionalidad y la buena reputación, que para mí eran fundamentales. Desde el inicio quise destacar como empresa de referencia en el sector inmobiliario, trabajando con rigor y con el firme propósito de dar un servicio excelente. Para mí, lo importante no son los horarios, sino la satisfacción de las personas, hacerlas felices en la compra o venta de sus inmuebles.

La mía es una empresa familiar. Al principio trabajé sola, después con ayuda, y ahora he querido dar un paso más: asegurar la continuidad con un relevo generacional. Tras años de experiencia, modelos y herramientas consolidadas, hemos planificado la sucesión de forma ordenada. Desde hace más de un año trabajamos juntas, mi hija Montse y yo, y me siento muy orgullosa de cómo están respondiendo nuestros clientes, muchos de ellos conmigo desde hace más de 26 años.

Me cuesta imaginarme dejando mi trabajo, porque soy una apasionada de mi profesión. Pero sé que lo estamos haciendo bien para que quede en unas magníficas manos.

Me quedará tranquila cuando llegue el momento de retirarme, sabiendo que este barco seguirá navegando con respeto, profesionalidad y pasión. Me siento afortunada de que Montse haya querido continuar este legado, respetando tanto mi trabajo. Era muy importante para mí no dejar a mis clientes, y con ella sé que seguirán cuidados y atendidos con el mismo cariño.

Almería muchas veces se visibiliza lejos del resto de Andalucía. ¿Cómo cree que le afecta esto al sector empresarial?

Las comunicaciones son nuestro gran problema, especialmente en tren, aeropuerto y conexiones marítimas, que siguen siendo deficientes. Sin embargo, cuando alguien visita Almería, a pesar de las dificultades del trayecto, suele enamorarse de la ciudad y de la provincia.

Estamos esperanzados, porque se están produciendo cambios y mejoras, y se prevé que en 2027 se note una transformación importante. Para los empresarios es fundamental que esto se solucione cuanto antes. Necesitamos que nos conozcan y que se reconozcan nuestros productos: agrícolas —en los que somos pioneros—, los del sector del invernadero, los materiales de construcción, el mármol, el turismo... todo ello merece ser cuidado y potenciado.

Cualquier mejora en la ciudad abre nuevas oportunidades: crecer empresarialmente, ampliar instalaciones, contratar más empleados... En definitiva, generar un crecimiento continuo para la provincia y para quienes formamos parte de ella.

Ascensión de Aynat: “Formar parte de asociaciones es un abanico de sabiduría”

Hablando del emprendimiento femenino, ¿cómo ha sido el suyo y cómo cree que es el de otras mujeres que han emprendido su mismo camino en Almería?

Yo venía de otro sector: tenía un estudio de arquitectura, diseño y decoración. Hubo un momento en que decidí parar, no especialmente por cargas familiares, pero sí era difícil compaginar todo.

Conversando con uno de mis hermanos, Joaquín de Aynat, me hizo ver que el sector inmobiliario era apasionante, duro, pero que tendría posibilidades de hacer un buen trabajo y destacar. Desde el inicio supe que debía formarme y trabajar duro para ser diferente. Y desde el primer día me mentalicé en dar lo mejor de mí. No puedo decir que me haya encontrado con muchas trabas por ser mujer, al contrario: he tenido magníficas personas a mi lado que me han ayudado y apoyado.

Es cierto que al comenzar había pocas mujeres en puestos de responsabilidad: había más agentes inmobiliarias que directoras, brokers o empresarias. Yo quise ser una más entre ellos, inspirada también en mi hermano, que ya ejercía. Mi pasión y mis ganas de hacer las cosas bien fueron claves para ganarme el respeto de quienes me rodeaban.

Para mí siempre ha sido fundamental contar con apoyo: de hombres y mujeres, de mis hijos y ahora de mis nietos. No pienso que por ser mujer sea más difícil, sino que la mentalidad y la educación en casa son la base. El espíritu empresarial nace en el hogar, y cuando tienes ese entorno, todo es mucho más fácil.

En su página, antes de agente inmobiliaria y de emprendedora, figura su faceta de madre. ¿Cómo es de importante para usted su familia y cómo la ha coordinado con su faceta de empresaria?

La familia para mí es lo más importante. Sin ellos nunca habría alcanzado el éxito que tengo. Mi secreto ha sido llegar a casa apasionada y hacerlos cómplices de mis objetivos.

“Para mí siempre ha sido fundamental contar con apoyo: de hombres y mujeres, de mis hijos y ahora de mis nietos”

Tengo tres hijos: dos de ellos son emprendedores y magníficos empresarios, y la pequeña es médico, pero igualmente cómplice de mis sueños. Tengo también cuatro nietos que, desde pequeños, se sentían parte de mi trabajo: al ver mis carteles de publicidad gritaban “¡la abuela!” y me lanzaban besos. Con el tiempo han entendido mi labor y las horas que le he dedicado.

Lo principal de ser empresaria es estar apasionada por tu trabajo,

pero profundamente enamorada de tu familia. El tiempo que se le dedica, sea mucho o poco, hay que vivirlo intensamente: jugar, reír, inventar juegos, disfrutar... Esa alegría después se transmite en el trabajo.

La coordinación de mi faceta familiar y empresarial ha sido posible gracias a la ayuda de todos. La educación, la comunicación y el compromiso en el hogar han sido claves. Está clarísimo, mi faceta empresarial nace en el hogar.

Pertenece usted a varias organizaciones, entre ellas FAME. ¿Cómo valora la fuerza del asociacionismo?

El asociacionismo es fundamental en todos los sectores. En mi caso, he pertenecido a asociaciones de mi propia profesión e incluso fui presidenta nacional de las Mujeres Inmobiliarias durante tres años. También estoy en FAME y en ALMUR, donde coincidimos con empresarias y empresarios, de diferentes ámbitos.

Formar parte de asociaciones es un abanico de sabiduría. Te permite conocer cómo trabajan otros, sus trayectorias profesionales, compartir experiencias y aprender de ellas. Muchas veces, basta con observar y aplicar lo aprendido.

Para mí significa crecimiento, formación, motivación. Me encanta rodearme de personas apasionadas por su trabajo y aprender de cada una, sea cual sea su sector. Eso te hace crecer no solo como empresaria, sino como persona.

A mi edad sigo aprendiendo cada día, y eso solo es posible con la mente abierta y la disposición de dar y recibir. Si no mantenemos esa actitud, es imposible avanzar en un mundo que cambia a gran velocidad.

¿Cuál cree que son las asignaturas pendientes en torno a la mujer empresaria?

Sinceramente, en el momento actual no percibo grandes asignaturas pendientes. Creo que estamos en un proceso continuo de aprendizaje y esfuerzo para ser reconocidas en igualdad como cualquier empresario. En mi experiencia personal, he tenido la suerte de sentir siempre respeto por parte de otros profesionales y empresarios.



El nuevo curso

Septiembre sabe un poco a enero, pero sin turrones y aún con el bañador puesto. Para muchos, el inicio del curso (político y escolar) simboliza el inicio de una nueva etapa, un borrón y cuenta nueva, un listado de buenos propósitos por hacer, como si el año, in extremis, nos diera una segunda oportunidad de cumplir lo que durante nueve meses no hemos sido capaces de llevar a cabo.

El inicio de curso, sin embargo, muestra dos caras. Mientras en muchos colegios, las caras de felicidad por los reencuentros inundan la entrada, el Congreso de los Diputados ofrece la otra cara de la moneda, pues la precariedad política no deja espacio a la amabilidad y a la sonrisa. El Gobierno afronta septiembre después de un verano realmente turbulento y demoledor, un verano en el que la corrupción manchó nuevamente a uno de los principales partidos de nuestro país,

dejando en la cuerda floja una legislatura, ya de por sí, compleja. Pues bien, dentro de este decrepito ambiente, los retos se multiplican y cumplir los objetivos en medio de tanta hostilidad se convierte en una tarea cuasi hercúlea.

En unos meses marcados por una política exterior controvertida, que seguro continuarán este último trimestre, no podemos obviar lo que debería ser una absoluta prioridad para Pedro Sánchez y su Gobierno, y no es otra cosa que presentar, de una vez, un proyecto de Presupuestos Generales del Estado al Congreso de los Diputados. Si bien es cierto que, ambos partidos (PP y PSOE) han prorrogado los Presupuestos varias veces a lo largo de la historia, no podemos tomar como norma lo que debería ser una excepción. Nuestra Constitución así lo manda, el Gobierno debe presentar unas cuentas, y debe ser capaz de negociar su aprobación, lo contrario podría ser incluso antidemocrático. Nuestro sistema es plural, vivimos en una democracia con un arco parlamentario variopinto y, probablemente, fragmentado, sin embargo, es ahí donde radica el arte de la política, en la capacidad de consenso y negociación. Pero siempre dentro

del recinto donde descansa la soberanía popular, no es los despachos donde los acuerdos pueden tomar derroteros que los ciudadanos no conocemos. La extrema diversidad del arco no debe ser la excusa. España necesita Presupuestos y es obligación del Gobierno proporcionarlos.

La ausencia de unidad para gobernar y para aprobar unas Cuentas que faciliten la consecución de los objetivos deja en jaque asuntos verdaderamente prioritarios para la vida de los ciudadanos, como pueden ser la vivienda y la inmigración. Pero, yo me pregunto, ¿cómo van a ser capaces de regular asuntos de tanta importancia si no pueden ni aprobar unos Presupuestos? ¿Cómo van a “jugar” si las reglas del juego no están establecidas?

Ojalá, aquellos que nos gobiernan, recordaran que dedicarse a lo público quiere decir dirigir, administrar, legislar... y no solo ocupar un sillón durante todo el tiempo que sea posible, no es una huida hacia adelante, no implica solo privilegios. Gobernar implica, sobre todo, obligaciones.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

Construcción a la baja: el riesgo de levantar futuro con pies de barro

OPINIÓN

JOSÉ ANDRÉS

SORIANO

PRESIDENTE DE AJE
ALMERÍA Y VOCAL DE
AJE ANDALUCÍA



Quien construye, no solo pone ladrillos. Construye hogares, caminos, ciudades, oportunidades. Pero ¿qué pasa cuando se le pide que lo haga al precio más bajo posible, sin importar el coste real de la calidad, de la seguridad o de la innovación?

Esa es la pregunta que sobrevuela cada vez más concursos públicos, licitaciones de obra civil y proyectos de vivienda de protección. Una pregunta incómoda, sí, pero urgente.

Cuando el precio más bajo no es el mejor

En el sector de la construcción, tanto en obra pública como en vivienda de protección, venimos arrastrando una lógica que prioriza las ofertas económicas más bajas como principal criterio de adjudicación. Y esto, que sobre el papel suena eficiente, acaba generando ineficiencias de gran calado: pro-

yectos con presupuestos irreales que después se encarecen sobre la marcha, ejecutores que ajustan en lo esencial (la calidad, la seguridad o las condiciones laborales), plazos que se incumplen, costes que se disparan y, en muchas ocasiones, reclamaciones futuras.

Y todo ello sin contar con el desgaste reputacional para las administraciones que promueven estas obras o el perjuicio para los usuarios finales, ya sean familias que acceden a una vivienda o ciudadanos que esperan una infraestructura básica.

Margen al mínimo, riesgo al máximo

A este escenario hay que sumarle dos grandes condicionantes actuales que agravan la situación.

El primero es la subida constante de precios de materiales, que ha hecho que los

contratos de largo plazo sean hoy una ruleta rusa. Donde antes los precios se revisaban de forma anual, ahora hay que hacerlo cada trimestre, lo que deja al contratista en una situación de completa incertidumbre.

El segundo es el incremento de las cotizaciones sociales y el coste de personal, que afecta especialmente a las pymes del sector y dificulta mantener márgenes sostenibles si no se revisan los modelos de

adjudicación

Con esta combinación, lo que antes era un problema de rentabilidad hoy se convierte en una amenaza directa a la viabilidad de muchas empresas constructoras, sobre todo las más pequeñas.

¿Y quién quiere trabajar aquí?

A todo esto se añade un tercer gran reto: la falta de profesionales en el sector. Faltan manos, faltan perfiles técnicos y faltan jóvenes dispuestos a apostar por una actividad percibida como exigente, dura y, muchas veces, inestable.

La construcción necesita, más que nunca, atraer talento. Pero para ello necesitamos poder ofrecer unas condiciones mínimas de desarrollo profesional, especialización y cre-

cimiento a medio plazo. Pedimos innovación, pero damos poco margen para que las empresas la integren en sus procesos sin riesgo.

Andalucía: oportunidad y advertencia

En Andalucía, donde el peso del sector de la construcción sigue siendo estratégico para el desarrollo social y económico, esta situación tiene implicaciones profundas. Las licitaciones públicas son una vía fundamental para dinamizar obra y empleo, pero también lo son para marcar estándares. Si seguimos apostando solo por la oferta más barata, trasladamos una señal clara: lo importante es gastar poco, no construir bien.

Desde AJE Andalucía, como organización que agrupa a jóvenes empresarios de todos los sectores, creemos que ha llegado el momento de replantear este modelo.

Claves para avanzar

Hay que primar el valor y la solvencia frente al precio en las licitaciones, así como apostar por criterios más amplios que incluyan calidad técnica, innovación, sostenibilidad y experiencia.

Además, es necesario apoyar el acceso de talento joven en el sector, con incentivos a la contratación, formación profesional adaptada y campañas que mejoren la percepción del oficio.

Y por último, hay que favorecer la innovación y digitalización en los procesos constructivos, no como un lujo, sino como una vía de eficiencia real a medio y largo plazo.

Generar una cultura de corresponsabilidad entre administración y contratistas es fundamental para que construir bien no sea una heroicidad, sino la norma.

Una última reflexión

No podemos seguir construyendo infraestructuras con pies de barro. Si de verdad queremos que la vivienda protegida sea útil, que la obra pública cumpla plazos y que el sector sea motor económico, tenemos que cambiar la lógica: movámonos del “a ver quién lo hace más barato” al “a ver quién lo hace mejor”.

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: Ana Pérez

Marketing y Tecnología: José Luis Martínez

Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: direccion@tribunadeandalucia.es

redaccion@tribunadeandalucia.es

publicidad@tribunadeandalucia.es

nº44 | Depósito Legal: SE 321-2022

Imprime: BERMONT

Hacia un urbanismo regenerativo: reescribir la construcción desde la sostenibilidad, lo digital y el bienestar



OPINIÓN

ROSA SILES

CONSEJERA Y MENTORA PARA EMPRENDEDORES, EMPRESAS Y ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADA. DIRECTORA EJECUTIVA DE FOUNDERS ANDALUCÍA

 Rosa Siles Moreno

Construir futuro: cuando la arquitectura se convierte en motor de cambio

En un mundo que se enfrenta a desafíos ambientales, sociales y emocionales, construir ya no es solo levantar estructuras. La construcción representa casi el 40 % del consumo energético mundial y más del 30 % de las emisiones de CO₂. Pero también es uno de los sectores con mayor potencial de transformación.

Tres claves están marcando el rumbo de la nueva arquitectura.

La eficiencia energética de la arquitectura pasiva, la revolución de la construcción industrializada y el impacto de los gemelos digitales urbanos aplicados al ODS11 ya no son promesas de futuro. Son realidades que están cambiando la forma en que habitamos, construimos y diseñamos nuestras ciudades. Ya no hablamos de tendencias: hablamos de transformaciones en marcha.

La buena arquitectura no solo cambia paisajes. Cambia vidas. Y para lograrlo necesitamos sumar y conectar: ciudadanía, instituciones, universidades, empresas, startups, diseñadores y medios de comunicación. Un verdadero modelo de innovación sistémica donde todos suman. Un modelo de quintuple hélice, donde la colaboración es el verdadero motor. Es crear espacios que nos abracen, que nos cuiden, que nos conecten con el entorno y con nosotros mismos.

La buena noticia es que este nuevo futuro ya está aquí. Y se está diseñando desde la innovación arquitectónica, con talento de aquí y con visión europea.

Passivhaus: eficiencia con sentido común

En plena transición energética y climática, la arquitectura pasiva se impone como una solución lógica y necesaria. El estándar

Passivhaus, nacido en Alemania y adaptado a nuestro país gracias al trabajo riguroso de la Plataforma de Edificación Passivhaus (PEP), demuestra que construir bien también es construir con sentido común.

Edificios con un consumo energético casi nulo, que mantienen el confort térmico de forma natural, con ventilación controlada y sin renunciar al diseño. “Diseñar con lógica, construir con rigor y pensar en las personas”, resume Michael Wassouf, uno de los referentes de este estándar en España.

Y lo mejor es que esta forma de construir no es un lujo. Es replicable, escalable y cada vez más accesible. Porque el confort, la salud y la eficiencia no deberían depender del código postal.

Industrializar con alma

La arquitectura también se reinventa a través de la industrialización. En Andalucía, el estudio Hombre de Piedra Arquitectos está marcando la diferencia. Desde Sevilla, bajo la dirección de Manuel Fonseca, han demostrado que es posible construir más rápido, con más calidad y menor impacto, sin perder el alma del proyecto.

Premios internacionales como el obtenido por la Terminal de Cruceros de Tarragona o la espectacular “Casa Escondida” dan cuenta de un modelo que une diseño, tecnología y sostenibilidad. “Industrializar es humanizar”, afirma Fonseca, y no es una frase hecha: implica repensar todo el proceso para hacerlo más eficiente, más controlado y más respetuoso con el entorno.

Su impulso a la consultora AUNARK busca precisamente eso: transformar el cómo construimos para hacerlo más coherente con los desafíos del presente.

Ciudades que aprenden y se adaptan

¿Qué pasaría si pudiéramos simular una ciudad antes de construirla? ¿O predecir el impacto de plantar árboles en una calle concreta? ¿Y si los datos nos ayudaran a decidir mejor dónde intervenir para hacer más equitativo un barrio?

Eso ya está ocurriendo. Desde Huelva, el estudio LAR Arquitectura —liderado por Sergio Gómez Melgar— trabaja en el desarrollo de gemelos digitales urbanos, dentro de la red europea de universidades PIONEER Alliance. Son modelos virtuales que permiten analizar, simular y anticipar lo que ocurre en una ciudad, para tomar mejores decisiones.

“Diseñar sin datos es como pilotar sin instrumentos”, afirma Gómez Melgar. Y tiene razón. Porque la verdadera transformación urbana pasa por unir tecnología, participación ciudadana y diseño inclusivo. Así se construyen las ciudades del mañana: con más inteligencia, más resiliencia y más humanidad.

La nueva arquitectura del bienestar

En esta transformación del sector, hay proyectos que van más allá de la innovación técnica para poner el foco en lo verdaderamente esencial: las personas.

No se trata solo de diseñar espacios eficientes, energéticamente responsables o técnicamente avanzados. Se trata de algo mucho más profundo: crear entornos conectados con las personas y con sus necesidades y aspiraciones más esenciales. Espacios que abracen, que cuiden, que inspiren.

En esa línea nace New Home, New Life, un proyecto que me ha permitido redescubrir el verdadero sentido de habitar. Gracias a la visión de su creadora, Cayetana Pérez Delegado, he comprendido hasta qué punto el espacio que habitamos puede influir en nuestro bienestar emocional, en nuestra creatividad, en nuestra forma de vivir y relacionarnos.

En los últimos años, he comprendido lo profundamente transformador que puede ser un espacio en nuestras vidas. Cómo una vivienda, una oficina, un estudio, pueden convertirse en aliados de nuestro bienestar, nuestra salud y nuestra felicidad si están diseñados desde la coherencia y el respeto.

Porque los espacios que habitamos deben hablarnos de quiénes somos, acompañarnos en lo que soñamos y cuidar de lo que sentimos. No se trata solo de levantar estructuras bellas o sostenibles, sino de proyectar lugares con propósito. Lugares que inspiran, que conectan, que nos permiten vivir de forma más consciente.

Esta forma de entender la construcción, más humana, más regenerativa, es clave para el futuro. Porque si aspiramos a ciudades más habitables, necesitamos empezar por casas que nos hablen de bienestar. Que sumen, que nos sostengan. Que estén alineadas con un modo de vivir más armónico y respetuoso. Desde esa mirada, la arquitectura se convierte en algo más que diseño: es salud, es identidad, es calidad de vida.

La arquitectura no es solo construcción, está llena de propósito y tiene un alta capacidad de impactar a todos los niveles. Es una manera de vivir en armonía con lo que somos y lo que soñamos. En cada casa, en cada plaza, en cada nuevo edificio, se dibuja una parte de nuestro futuro. Y ese futuro puede ser más justo, más sostenible, más feliz.

¿Cómo queremos vivir? Esa es la pregunta. Y la arquitectura —como pocas cosas— tiene el poder de ayudarnos a responderla.





Platón no tendría el salón estilo Japandi

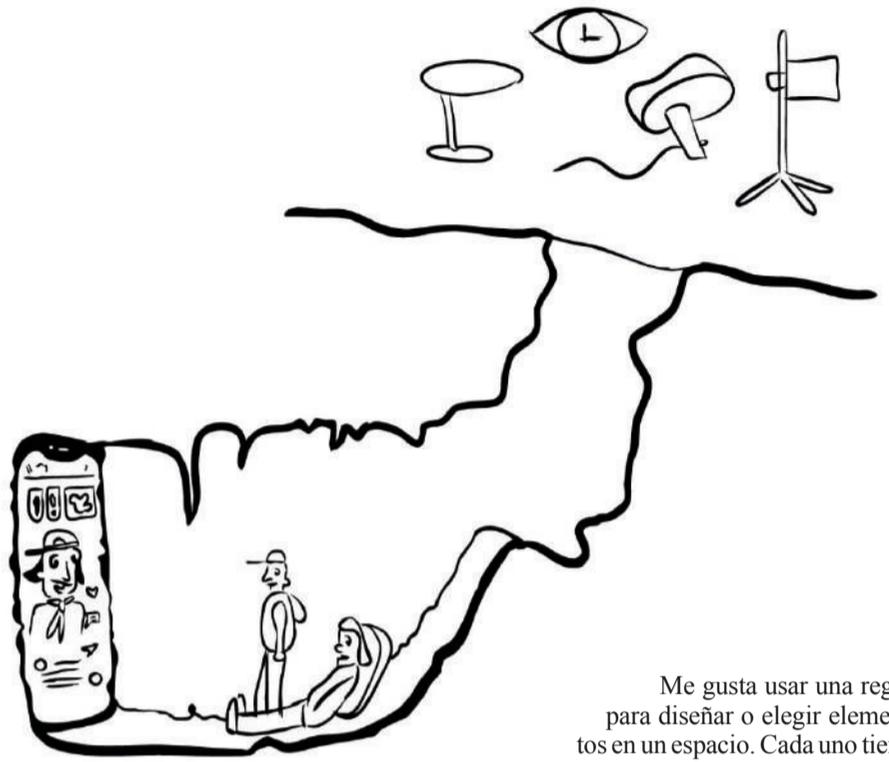
OPINIÓN
CURRO DÍAZ
ARQUITECTO

Actualmente, las redes sociales están plagadas de gurús sobre diseño y nuevas tendencias. Encontrarás un montón de reclamos bajo el título de: “como diseñar un espacio”. Te harán sentir mal si no sigues las corrientes actuales y te seducirán con la idea de encontrar tu propio estilo. Pero, te hago un spoiler, esa no es la manera.

Ver continuamente TikTok, reels en Instagram o fotos de Pinterest solo te van a ayudar a encontrar una manera de diseñar igual a la de todos, sin tener en cuenta tu propia personalidad, dentro de una moda efímera que te obligará a adaptarte continuamente a un río de tendencias infinitas que te terminará ahogando.

Ahora cuando un espacio te agrada, he escuchado que se dice: “Es muy bonito, parece de Pinterest”, cuando debería ser, “me gusta, me veo reflejado en esta casa”.

Asociamos nuestros gustos al nombre de un estilo, por ejemplo, Japandi, minimalismo o maximalismo. El tener información sobre algo no significa que tengamos conocimiento, al contrario, se puede volver en nuestra contra y nos puede llevar a pensar que, en realidad, las tendencias o los gustos de otros pueden ser los nuestros propios. Algo así como aceptar cosas como si fuera nuestro equipo de fútbol, simplemente porque lleva nuestros “colores”.



Me gusta usar una regla para diseñar o elegir elementos en un espacio. Cada uno tiene tres características que te ayudarán a decidir: estética, si es bonito o no, objetivamente o según tus gustos; funcionalidad, si sirve para algo o te soluciona un problema. Estas dos primeras son definidas por el diseñador de producto Miguel Milá.

Se podría hacer una metáfora con el mito de la caverna de Platón. Ahora mismo, mirando a estos profetas del diseño, muchos de ellos sin estudios relacionados con el tema, estás dentro de la cueva, viendo algo que creen que es la realidad cuando solamente son las sombras proyectadas por velas que cuenta el filósofo. No entiendes del todo lo que estás viendo, pero como tienen muchas visitas y se crean la falsa ilusión de que son expertos en la materia y consiguen atraer a una masa a su alrededor que ni siquiera se cuestiona lo que está viendo, simplemente se fía de su gurú de turno.

Hay que salir de esa caverna y de otras, reflexionar sobre esta tendencia que nos está llevando seguir como auténticos apóstoles a personas que no tienen formación ni conocimientos sobre los distintos asuntos que abanderan, que no tienen escrúpulos en erigirse dictadores de tendencias. ¿Sabéis que todo es un negocio... verdad? ¿Sabéis que se mueven al dictado de las marcas que les pagan?

Contratar a un profesional es lo correcto, zapatero a tus zapatos que se ha dicho siempre. Con sus conocimientos, adquiridos a través de años de estudio y de experiencia te guiará y, a partir de tus posibilidades y necesidades, creará un proyecto que solucione todos los problemas posibles, con un diseño atemporal y duradero hecho especialmente para ti y tu entorno, tu personalidad en tus paredes.

Las tendencias cambian, las modas cambian, el mundo cambia. No hay más que ver los muebles de nuestros abuelos, de madera maciza, de gran calidad y robustez. En cambio, ahora, hay que dar las gracias si un mueble no se rompe en diez años. Todo tiende a simplificarse y cuando existe una justificación, puede ser necesario, pero se ha convertido en algo excesivo. El mejor ejemplo puede ser McDonalds, que se presentó con espacios coloridos, singulares, que hacían volar la imaginación y hoy, sin embargo, son lúgubres y de colores grises y marrones. Todo un cambio de concepto.

Y, por último, ya de mi cosecha, el significado, qué sentimiento te produce al ver o tener ese elemento. Para decidir si un objeto o elemento de diseño es adecuado, tiene que cumplir dos de las tres. Te pongo un par de ejemplos. El primero sería un jarrón que tu influencer favorito te ha dicho que está en tendencia y corres a comprarlo, solo porque es bonito, pero no cumple ninguno de los otros dos vértices de este triángulo, por lo que probablemente sea un jarrón que pronto cambiarás cuando pase de moda, ya que no sirve para nada ni representa nada para ti.

Otro ejemplo, pero ahora positivo, sería un reloj antiguo que heredaste de tu abuelo, pero que no te parece especialmente bonito. Necesitas ver la hora mientras lees en el salón y colocas este reloj que te recuerda a los veranos que pasabas en la casa del campo cada vez que lo ves. Se convertirá en un elemento importante, único y que define tu historia.

Giorgio Armani, diseñador de moda de gran éxito, recientemente fallecido, dijo la frase: “La elegancia no consiste en destacar, si no en ser recordado”. Se podría interpretar para este caso como que no es tan importante tener importancia momentánea -encajar en las modas- si no ser un icono -diseño atemporal y de valor, que perdure en el tiempo-

Ikea ha conseguido democratizar el diseño, apostando por productos de diseñadores de gran importancia a bajo coste. Es algo positivo, porque hace unos años era algo impensable optar a esto, debido a su alto coste y las pocas unidades que se fabricaban. Pero esto, a la larga, también ha sido contraproducente porque mucha gente llena los espacios con elementos de esta tienda sueca, lo que hace que la tendencia sea la de repetir y estandarizar.

Como conclusión, hay que crear espacios que creen sentimientos y definan a las personas que los habitan, optar por la calidad y la atemporalidad, evitando las modas efímeras. Contar con un profesional te va a ayudar a conseguir tu proyecto único.

El futuro de la vivienda en Andalucía... ¿entre la urgencia y la oportunidad?



OPINIÓN

M^a JOSÉ ANDRADE ALONSO

PERIODISTA Y DIRECTORA DE LA REVISTA MUJERES VALIENTES

 Maria Jose Andrade Alonso

 @Mjandrade_News

que encontramos viviendas vacías, pero falta inversión y planificación para su rehabilitación, algo que incide de manera negativa para que las familias quieran desplazarse a vivir a los entornos rurales en Andalucía.

En nuestra tierra hay suelo disponible para seguir construyendo, y al contrario de lo que ocurrió en 2007, época en la que había superávit de vivienda, y que fue lo que dio lugar a la “crisis de la burbuja inmobiliaria”, en estos momentos la construcción no avanza al ritmo que necesitan para los que quieren acceder a la vivienda. Y no avanza porque, y para variar, las trabas administrativas son numerosas, hay una falta de coordinación entre administraciones que por momentos se hace insalvable y, para variar también, nos encontramos con una escasa inversión pública en vivienda con precios asequibles y acordes con los sueldos actuales.

Ya lo hemos dicho antes: la burocracia se hace por momentos insoportable. Los procesos para transformar suelo en urbanizable pueden tardar años, y en los municipios pequeños la falta de personal técnico y recursos hacen aún más lenta la tramitación de todo lo necesario para comenzar nuevas obras.

En cuanto a la fiscalidad, aquí en Andalucía, las transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados, da como resultados unos impuestos altos. Una “mezcla explosiva” que encarece la compra de vivienda y que por lo tanto las empresas constructoras se frenan a la de invertir porque la demora les puede ocasionar pérdidas millonarias.

¿Y ante este panorama con qué nos encontramos? Pues nos encontramos con uno de los grandes problemas de siempre, y que no es más que la falta de vivienda accesible y que afecta especialmente a jóvenes, pero en el que también nos encontramos con familias trabajadoras y personas mayores.

Y qué decir del gran problema que nos

ha acarreado el alquiler turístico en ciudades como Málaga, Cádiz o Sevilla y que no es más que el desplazamiento de los vecinos de siempre y de toda la vida a barrios periféricos, lo que ha generado una presión social que no para de crecer.

Así que, y sin más, ha llegado el momento.

Ha llegado el momento de hacer realidad un parque de viviendas en alquiler antes de 2030, pero sin que se convierta en un auténtico sufrimiento por un alto precio en el arrendamiento. Y, cómo no, la rehabilitación de viviendas vacías en los pueblos y barrios históricos, ya que esto podría ser una solución sostenible, pero que necesita de incentivos, coordinación y por supuesto menos papeleo.

Ha llegado el momento de afrontar retos pero para ello, Andalucía necesita de una estrategia integral que combine, y me vuelvo a repetir: agilidad administrativa, inversión pública y colaboración del sector privado ya que sólo así la urgencia de contar con una vivienda se convertirá en una oportunidad.

Ha llegado el momento de reformar la Ley del Suelo para que los trámites no se hagan eternos y se acelere el desarrollo urbanístico.

Ha llegado el momento de unificar procedimientos entre la Junta de Andalucía y ayuntamientos para evitar los bloqueos burocráticos.

Ha llegado el momento de recuperar avales públicos para poder tener acceso a hipotecas, especialmente a los de siempre: a los jóvenes y familias con ingresos medios.

Ha llegado el momento de la colaboración público privada. De fomentar la rehabilitación de viviendas en el centro de nuestras ciudades y pueblos con ayudas específicas y beneficios fiscales y, por supuesto de realizar una revisión de la fiscalidad inmobiliaria para reducir impuestos en compraventas de primera vivienda y alquileres de larga duración.

Ha llegado el momento de que Andalucía, cuando haga todos estos “deberes”, se convierta en un modelo a seguir. Y ha llegado el momento porque tiene la oportunidad de ser un referente nacional en políticas de viviendas si consigue equilibrar el desarrollo económico, la protección social y la sostenibilidad del territorio.

¿Se puede hacer? Se puede, pero sólo con una planificación adecuada. Por supuesto que contando con técnicos y especialistas porque son los que saben y porque sólo así se podrá ofrecer soluciones innovadoras que respondan a las necesidades de los andaluces sin renunciar a nuestra identidad.

Fuentes:

Gráfica del Precio de la Vivienda en España y Previsión 2030.

Informe de Singular Bank sobre perspectivas inmobiliarias 2025.

Documento del Banco de España sobre el mercado residencial.

Mercado inmobiliario en España Tres claves para bajar la tensión. OBS Business School del profesor Carlos Balado García Profesor de OBS Business School.

Andalucía con su mezcla de tradición, modernidad y atractivo para un mundo que mira a nuestra región, se encuentra, al igual que España, en un momento decisivo en materia de vivienda.

El mercado inmobiliario andaluz refleja muchas de las tensiones que afectan al conjunto del país, pero con particularidades propias que exigen respuestas adaptadas a su realidad social, económica y territorial.

En un escenario en el que hay una demanda creciente y desigual, según las estimaciones nacionales, España necesitará necesitará entre 1,6 y 2,3 millones de nuevas viviendas antes de 2030. Datos que si los extrapolamos a Andalucía, esta necesidad se concentra

especialmente en zonas urbanas y costeras como Málaga, Sevilla, Granada y Cádiz, ciudades donde el crecimiento de la población, el turismo y la atracción de residentes extranjeros han disparado la demanda.

Y sí, Andalucía está de moda así que Málaga se ha convertido en uno de los epicentros del mercado inmobiliario nacional, con precios que superan el esfuerzo económico recomendado para las familias (más del 35% de sus ingresos).

Sevilla y Granada también está, alienadas con esta tendencia y ofrece los mismos datos que Málaga, y al igual que la capital de la Costa del Sol, los precios de alquiler, han subido más de un 10% interanual.

En cuanto a las zonas rurales y del interior, la situación es radicalmente distinta, ya

El verano en que entendí por qué se muere la clase media



teorías económicas más influyentes de la era digital: el “winner take all”, el “ganador se lo lleva todo”, teoría ante mí, en simples chanclas y pantalón corto.

Este concepto, nacido para explicar los mercados digitales, muestra cómo el primero en destacar acumula una ventaja desproporcionada y deja al resto en la irrelevancia. No siempre se trata de ser mejor, sino de ser el

más visible, estar en el lugar y en el momento adecuados y aprovechar un efecto de red que multiplica las diferencias. G, Az o Nx (seguro que no os hacen falta los nombres completos) funcionan así: cuando uno se impone, concentra la confianza de millones, mientras los demás sobreviven en los márgenes.

Lo sorprendente es comprobar cómo esa lógica se ha trasladado a nuestra vida cotidiana, al simple hecho de desayunar en la calle en vacaciones. El bar que logra ser “el de moda”, “el referenciado”, se lleva todas las colas, todas las fotos y todas las reseñas, mientras otros con la misma calidad permanecen vacíos, ni siquiera por efecto de rebose. El resultado es absurdo: decenas de personas esperando bajo el sol, convencidas de que ese café es mejor, cuando a veinticinco metros podrían desayunar al instante. El rebaño humano, como el algoritmo digital, prefiere la certeza de lo masivo a la exploración de lo diverso.

Y lo que parece un detalle turístico refleja un cambio mucho más profundo en nuestra economía y en nuestra sociedad, así lo sentí al verlo. No era tanto por quedarme sin el desayuno de moda, lo prometo.

La clase media, columna vertebral de España y de buena parte de Europa, se levantó sobre una lógica distinta. En cada barrio había espacio para varias tiendas, bares o talleres, aquello mismo del “tapear” nace “una tapa en cada sitio”, nada de “el ganador...”, todos ganan. La gente repartía su consumo en función de la confianza, de la cercanía, de pequeñas preferencias personales. Nadie

lo ganaba todo, nadie lo perdía todo. Había margen para la coexistencia, para el equilibrio.

Hoy, en cambio, el ecosistema favorece al ganador absoluto, saltando del digital a la calle. Las plataformas concentran la publicidad y las ventas, las cadenas absorben el consumo, los bancos se fusionan, los supermercados devoran al pequeño comercio. Incluso en algo tan inocente como un desayuno, la multitud se concentra en un único punto y el resto espera sin saber.

La consecuencia es clara: cuando unos pocos acumulan toda la demanda y el resto apenas sobrevive, la clase media se desan-

OPINIÓN

ALBERTO FUENTES FERNÁNDEZ
ECONOMISTA Y FINANCIERO

 Alberto Fuentes-Fernández

 @AlbertoFFdez

gra. Los bares que no entran en la foto cierran, los comercios que no aparecen en la primera página desaparecen, los autónomos que no tienen músculo digital se ven obligados a competir a la baja.

Lo que fue durante años la fortaleza de España —un tejido diverso de pequeños y medianos negocios, de profesionales que vivían dignamente de su trabajo— está cada vez más amenazado. El “ganador se lo lleva todo” no entiende de equilibrios: expulsa lo intermedio y consagra la polarización, ¿os suena esta palabra? Y esa polarización no es solo económica. También es social y política. Una sociedad sin clase media es una sociedad sin tonos intermedios, sin puntos de encuentro, donde ya no se exploran matices. Lo mismo que dejamos de mirar los bares vacíos junto al bar lleno, dejamos de escuchar las voces templadas frente al griterío de los extremos. Y de ahí, al “¿a quién voto yo ahora?”.

La metáfora (real vista con mis ojos) del desayuno revela hasta qué punto hemos aceptado sin darnos cuenta un modelo que destruye diversidad. Preferimos la cola como garantía de éxito antes que la curiosidad de probar lo diferente, ¿somos más aburridos? Esa misma lógica la trasladamos a nuestra vida cívica: seguimos al rebaño, abrazamos lo masivo, desconfiamos de lo que no aparece en la primera posición. En ese proceso, hemos dejado que nos arrebaten algo esencial: la clase media como espacio de estabilidad, de movilidad social y de moderación política.

Pero nada de esto es irreversible, por mucho que avance, nunca será irreversible, como principio para luchar contra ello. El verano, con su calma, también me dejó la intuición de que el cambio empieza por gestos muy simples. Entrar en ese bar vacío que huele igual de bien, fue lo que hicimos, comprar en la tienda que sobrevive en la esquina, apoyar al negocio que no aparece en G pero sí en la vida del barrio. Recuperar la curiosidad y el gusto por lo cercano es una forma de resistencia contra la lógica del “winner take all”.

Y también es una manera de reconstruir lo que está en riesgo: la pluralidad, la clase media, el espacio donde la democracia encuentra su equilibrio.

Habrà quien no vea las relaciones causales entre todo ello, pero yo las veo cristalinas.

Quizá el verdadero recuerdo de estas vacaciones no sean las playas o los atardeceres, sino esa certeza íntima de que elegir de manera diferente importa, recuerdo aún el pan de semillas que nos ofreció (sí, vacío, pero con pan de semillas). Que mirar más allá de la cola puede ser, en realidad, la forma más sencilla y al mismo tiempo más valiosa de cuidar el futuro que compartimos.

Volver de las vacaciones siempre trae consigo un ejercicio de memoria, o de rápida desmemoria, lo corta que se hacen. Nos quedamos con arena en los pies o en el mismo maletero, conversaciones esperando colas (quien las espere) y momentos que se convierten en pequeñas estampas. Pero también regresamos con reflexiones que, casi sin buscarlas, se te ponen ante sí como un espejo de la realidad más allá del verano. Este verano, en un pequeño pueblo costero de Andalucía, no lo cito para evitar el efecto “influencer”, me encontré

con una escena que me acompañó más que el sol y su calor: la cola interminable de gente esperando para desayunar en un bar concreto, en el que también pretendíamos desayunar, por aquello de buscar en G cuando no sabes dónde hacerlo, mientras otros bares cercanos, con idéntica calidad y el mismo pan recién tostado, permanecían casi vacíos.

Un bar recomendado en G o en una red social atraía a la multitud, convencida de que ese lugar, y sólo ese, merecía la pena. A pocos metros, otros con precios similares y servicio impecable esperaban resignados. Aquello no era solo una anécdota estival, sino la ilustración perfecta de una de las

Cuando la estadística y la humanidad se dan la mano: principales hallazgos del II Estudio de Contratación Social en Andalucía (2025)

OPINIÓN

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

 Rocío Tornay Márquez



Una de las mejores cosas que tiene dedicarse al sector de los estudios de mercado y a la investigación social, es que nuestro trabajo, lógicamente, sirva para que las empresas y las organizaciones puedan aplicar de forma exitosa, los hallazgos que encuentren en los estudios que desarrollamos.

Ver cómo esos datos se traducen en una estrategia comercial; o en el lanzamiento de un nuevo producto o un nuevo proyecto; o incluso cómo a veces ese estudio puede dar lugar a un anuncio de publicidad; o que ayude a elegir los medios en los que se lanzará dicho anuncio de publicidad... Es algo que nos genera una gran satisfacción, de hecho, para nosotros, es algo realmente mágico (llaméme friki...).

Y si en estos casos, nos parece maravilloso, imaginad cuando los estudios que hacemos sirven directamente para construir una sociedad mejor: cuando tu trabajo tiene tal impacto, esto es sencillamente incomparable.

Por eso, cuando UNEI (la mayor empresa social de Andalucía, que impulsa la inclusión laboral de personas con discapacidad) nos encargó el II Estudio de Contratación Social en Andalucía (2025), el cual, se desarrolló con el apoyo de la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo, preguntando por primera vez a 100 empresas andaluzas de más de 100 trabajadores su visión sobre la inclusión, hablo en nombre del equipo de Intelqualia, al decir que, para nosotros, este trabajo no ha sido únicamente un ejercicio académico o un reto metodológico. Ha sido, sobre todo, un viaje personal: cada cifra, cada porcentaje, cada testimonio que hemos tenido entre las manos ha sido también un espejo en el que mirarnos como personas y como profesionales.

El II Estudio de Contratación Social en Andalucía (2025) revela que las grandes empresas andaluzas muestran una sensibilidad creciente hacia la inclusión laboral de personas con discapacidad. El 80% de los directivos considera que sus organizaciones

están altamente concienciadas en materia de diversidad, y un 61,2% ya ha incorporado la inclusión en su estrategia empresarial. Aun así, persisten retos: casi un 30% de las compañías no alcanza la cuota mínima legal del 2% de trabajadores con discapacidad, principalmente por la dificultad de identificar perfiles cualificados. De hecho, un 71,8% señala esta búsqueda como el mayor obstáculo, y más de la mitad reconoce necesitar apoyo de asociaciones, ONG o intermediarios especializados para localizar candidatos.

El estudio también muestra que la inclusión es percibida no solo como un deber legal, sino como una oportunidad competitiva y social. El 85,9% de las empresas reconoce ventajas más allá del cumplimiento normativo, destacando el impacto positivo en la cultura de valores, la imagen corporativa y la motivación interna. Los Centros Especiales de Empleo (CEE) se consolidan como aliados clave: son contratados por casi el 59% de las empresas, y quienes recurren a ellos duplican las probabilidades de superar la cuota legal de

contratación directa (23,4% frente a 11,1%). En definitiva, los datos reflejan un tejido empresarial cada vez más comprometido, aunque con desafíos prácticos por superar para lograr una inclusión plena y sostenible.

En este sentido, a veces las estadísticas, pueden parecer frías y distantes, pero esconden detrás historias de lucha silenciosa, de resiliencia y de esperanza. Cuando veo que casi un tercio de las grandes empresas aún no logra alcanzar la cuota del 2% de personas con discapacidad en plantilla, no pienso solo en un número que falta: pienso en nombres, en rostros, en trayectorias que podrían estar escribiéndose de otra manera, personas que pueden ser tu madre, tu hermano, tu primo, tu cuñada, tu vecina, la hija de unos amigos o hasta tú.

Este estudio me ha recordado que la inclusión no es solo una obligación legal, sino una oportunidad de crecer como sociedad. Me emociona saber que casi el 90% de los directivos consultados reconocen que la Ley General de Discapacidad ha despertado en ellos una mayor sensibilidad. No es poca cosa: significa que la ley está tocando fibras humanas, más allá de los balances y las normativas.

He sentido orgullo al descubrir que muchas empresas no se limitan a “cumplir” la ley, sino que la convierten en motor de cambio. Que valoren a los Centros Especiales de Empleo no solo como una vía para resolver un requisito legal, sino como verdaderos aliados para construir un mundo más justo, me confirma que la transformación es posible cuando hay voluntad y convicción.

Personalmente, este trabajo me ha enseñado a ser más humilde y a mirar con más atención a mi alrededor. Porque la diversidad no es un concepto que se estudia, es una realidad que se vive. Y en cada dato he encontrado una invitación a ser mejor: a escuchar más, a reconocer la riqueza de lo distinto, a defender con más firmeza que la inclusión no debería ser una excepción, sino la norma.

No niego que me conmueve ver que el 97% de las empresas reconoce que la contratación de personas con discapacidad contribuye a mejorar la cultura de valores en su organización. ¿Cómo no emocionarse? Es un recordatorio de que incluir no solo transforma a quien es incluido, sino también a quienes conviven, trabajan y crecen a su lado.

Por eso, cuando tenemos la posibilidad de poder llevar a cabo investigaciones de este tipo, se nos viene a la mente el hecho de que nuestro papel como sociólogos, va mucho más allá de medir o describir la realidad, porque tenemos la maravillosa posibilidad de tender puentes, inspirar conversaciones y, sobre todo, dejarnos transformar por lo que aprendemos. Porque este informe no habla únicamente de empresas ni de leyes: habla de humanidad.

El compliance en el sector de la construcción: obligación legal y escudo preventivo

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

El sector de la construcción combina obras de gran envergadura, inversiones millonarias y una relación constante con la Administración. Esa complejidad genera un entorno de alto riesgo penal. Todavía hay empresarios que consideran que el cumplimiento normativo es voluntario porque no existe una sanción específica por carecer de programa. Esta percepción es errónea: la ausencia de un sistema de compliance no genera una multa inmediata, pero impide que la empresa y sus administradores se beneficien de la exención o atenuación de responsabilidad penal si un directivo o empleado comete un delito. La legislación española exige que las personas jurídicas actúen con diligencia; omitir medidas de prevención vulnera ese deber y expone al administrador a reproche personal.

Un marco jurídico exigente

Desde la reforma introducida por las Leyes Orgánicas 5/2010 y 1/2015, las personas jurídicas pueden ser penalmente responsables en España por los delitos cometidos en su nombre cuando no ejercen el debido control. El artículo 31 bis del Código Penal prevé que solo quedarán exentas de responsabilidad las empresas que, antes del delito, hayan adoptado y ejecutado modelos de organización y gestión eficaces, confiado su supervisión a un órgano con poder autónomo, hayan visto eludidos fraudulentamente esos modelos y no hayan incurrido en omisión o control insuficiente. Del mismo precepto se desprende que tales modelos incluyan un mapa de riesgos, protocolos de toma de decisiones y de gestión de recursos, un canal de denuncias, un sistema disciplinario y revisiones periódicas.

Deber de vigilancia de los administradores

La Ley de Sociedades de Capital refuerza estas obligaciones. El artículo 227 establece el deber de lealtad, los administradores deberán desempeñar el cargo con la lealtad de un fiel representante, obrando de buena fe y en el



Cuatro imágenes: los riesgos de los accidentes en la construcción, la importancia del bienestar de todos los trabajadores de la compañía, la paz de tener todo en orden jurídicamente, la tranquilidad de evitar el peso de la justicia penal.

mejor interés de la sociedad, mientras que el artículo 225 LSC obliga a los administradores a desempeñar su cargo con la diligencia de un ordenado empresario. No disponer de un programa de prevención revela una carencia de diligencia y, por tanto, expone al administrador a responsabilidad personal.

Certificaciones como garantía

Para acreditar la eficacia de los sistemas de compliance existen normas técnicas certificables. La UNE 19601 es el estándar español de referencia para sistemas de compliance penal, publicado en 2017 y basado en estándares internacionales. En 2021 se adoptó en España la UNE-ISO 37301, primer estándar mundial certificable para la gestión global del compliance; esta norma complementa a la UNE 19601 y consolida la cultura de integridad en las organizaciones.

Riesgos penales en la construcción

Las constructoras operan en un entorno donde confluyen múltiples normativas y actores. Los principales riesgos incluyen delitos contra la seguridad y salud en el trabajo, corrupción en la contratación pública, medio ambiente y ordenación del territorio, fraude fiscal y a la Seguridad Social, falsedad documental y cohecho o tráfico de influencias. Para gestionarlos es necesario identificar las actividades más sensibles (licitaciones, gestión de residuos, subcontratación y seguridad laboral) y establecer controles específicos.

La realidad demuestra que estos riesgos son más que teóricos. En marzo de 2025, el expresidente de Martinsa Fadesa confesó que pagó 25 millones de euros a la trama Gürtel para asegurar la adjudicación de suelo públi-

co, destinando parte de la mordida a responsables municipales; la Fiscalía lo imputa por prevaricación, fraude, cohecho y delitos contra la Hacienda Pública. Este episodio evidencia cómo la corrupción y el tráfico de influencias siguen presentes en la construcción y cómo la falta de controles facilita que directivos y empleados cometan delitos en beneficio de la empresa.

Casos reales que evidencian los riesgos

El peligro no se limita a la corrupción; la ausencia de medidas de prevención provoca tragedias en las obras. En noviembre de 2023 la Audiencia Provincial de A Coruña condenó al administrador de una constructora a dos años y tres meses de prisión por homicidio imprudente tras la muerte de un operario que cayó desde seis metros mientras trabajaba en altura sin formación ni protección. La sentencia acreditó que la empresa no impartió formación específica, no suministró medios de protección colectiva y que el arnés facilitado estaba anclado de forma improvisada. El tribunal subrayó que el empresario conocía el riesgo y lo ignoró, por lo que tuvo que indemnizar a la familia del fallecido.

En Mijas (Málaga) un juzgado penal condenó en 2010 al promotor y al encargado de una obra a dos años y medio de prisión por dos delitos de homicidio imprudente: los trabajadores murieron sepultados por el derrumbe de un muro de contención que carecía de sujeción adecuada y se constató la ausencia de evaluación de riesgos.

Cinco responsables de la construcción de un colector en Ubiarco (Cantabria) —director

de obra, jefe de obra, coordinador de seguridad y responsables de la contratista y subcontratista— fueron condenados por homicidio imprudente tras la muerte de un trabajador sepultado por un desprendimiento; el plan de prevención advertía del riesgo de deslizamiento, pero no se instalaron entibaciones ni se controló la ejecución. Estas resoluciones judiciales demuestran que los accidentes laborales con resultado de muerte generan graves responsabilidades penales y económicas para las empresas que no implantan medidas de prevención.

Consecuencias de la inacción

No implantar un programa de compliance priva a la empresa de cualquier exención o atenuación de responsabilidad en un procedimiento penal. Las penas pueden incluir multas elevadas, suspensión de actividades, clausura de locales, prohibición de contratar con la Administración o incluso la disolución de la sociedad. Los administradores que no adopten medidas de prevención incumplen su deber de diligencia y pueden ser responsables personalmente. Además, el daño reputacional derivado de un escándalo penal puede afectar gravemente a la confianza de clientes, bancos y autoridades. Por el contrario, las compañías que cuentan con un modelo eficaz mejoran su reputación y tienen más posibilidades de acceder a licitaciones y financiar proyectos.

La necesidad de asesoramiento especializado

El diseño e implantación de un sistema de cumplimiento requiere conocimientos de derecho penal económico y una comprensión profunda de los riesgos del sector. Nuestro despacho siendo el único con las dos certificaciones más importantes a nivel internacional en materia de compliance, acredita la calidad de nuestros procesos y nos sitúa como referente en compliance penal. Nuestra formación especializada —máster y doctorando en derecho penal económico— nos permite adaptar el modelo a las particularidades de cada proyecto y ofrecer soluciones a la medida de cada empresa. Además, somos el despacho de abogados de FEICASE, la confederación provincial de empresarios de alimentación y comercio de Sevilla. Estas compañías han comprobado que un compliance bien estructurado no solo evita imputaciones penales, sino que también facilita el acceso a contratos públicos y refuerza la confianza de sus socios.

Conclusión

El Código Penal y la Ley de Sociedades de Capital imponen a las empresas la obligación de establecer sistemas eficaces de vigilancia y control. La ausencia de una sanción administrativa específica no significa que el compliance sea opcional; al contrario, el precio de no disponer de él puede traducirse en multas, inhabilitaciones y daños irreparables para la reputación. Invito a los empresarios del sector de la construcción a abordar con seriedad la implantación de un programa de compliance y a apoyarse en profesionales con las certificaciones y la experiencia necesarias. En materia de cumplimiento, la prevención no es un coste, sino una inversión que garantiza la continuidad de la empresa y la confianza de sus clientes y colaboradores.

EINTEC 2025: La revolución industrial 5.0 aterriza en Huelva este octubre



► Andalucía, a la vanguardia de la transformación digital

El sector industrial, pilar de la economía global desde hace siglos, se encuentra en el umbral de una transformación sin precedentes. La conjunción de tecnologías como la inteligencia artificial, el Internet de las Cosas (IoT), el 'big data' y la robótica colaborativa está dando forma a lo que se conoce como Industria 5.0.

Es una nueva etapa en la evolución industrial, donde esta tecnología avanzada se pone al servicio del ser humano, no para reemplazarlo, sino para colaborar con él. A diferencia de la Industria 4.0, centrada en la automatización y la eficiencia, la 5.0 busca una producción más personalizada, sostenible y resiliente, que tenga en cuenta el bienestar de las personas y el cuidado del medio ambiente. Este enfoque promueve una sinergia entre innovación tecnológica y valores humanos, impulsando modelos industriales más éticos, inclusivos y adaptables a los desafíos globales.

Lejos de ser un concepto futurista, esta revolución ya está en marcha, y países como España, con su tejido empresarial innovador y su apuesta por la digitalización, se posicionan para liderar este cambio. En este contexto, Andalucía emerge como un actor clave, impulsando el desarrollo tecnológico y la formación de talento para afrontar estos próximos desafíos.

En este contexto, Huelva acogerá los días 22 y 23 de octubre un evento puntero en nuestro país, la primera edición de *EINTEC*, *Encuentro Internacional de Tecnología y Digitalización para el Desarrollo Industrial*. Esta cita reunirá en la Casa Colón de la capital onubense a numerosos ponentes de primer nivel que nos hablarán sobre todas estas cuestiones y ayudarán al sector a conocer de primera mano todas las novedades y tendencias sobre estas materias. El evento cuenta con el apoyo de numerosas administraciones, como la Junta de Andalucía a través de la Agencia Digital Andaluza, el Ayuntamiento de Huelva, el Ayuntamiento de Palos de la Frontera, la Diputación de Huelva, la Universidad de Huelva o el Puerto de Huelva. Además, suma el respaldo de grandes compañías, encabezadas por MOEVE, promotor de esta iniciativa que está generando mucho interés social y empresarial.

Vodafone España, Inetum, Emerson Iberia, Airbus, GMV y la propia AIQBE, como gran asociación industrial de referencia, serán algunas de las principales empresas que patrocinan el evento que está llamado a ser una referencia para conocer todo a lo que la industria se enfrenta en los próximos años, además de ser escenario de cómo la tecnología y la digitalización pueden ser los grandes aliados para la consecución de sus objetivos.

Para definir la línea del encuentro, se ha configurado un comité científico integrado por profesionales del ámbito público y privado como David Liras, CDIO en Moeve; Raúl Jiménez Jiménez, director gerente de la Agencia Digital de Andalucía; Carlos Díaz Motero, del Gabinete Estratégico Huelva y la Agencia Digital de Andalucía; Miguel Ángel Barrio, Digital BU Director de Inetum; Manuel Peña, Market Leader Assets Management de Inetum; Miguel Lucas, Global Account Manager de Vodafone Global Enterprise; Carlos Becker, director de Marketing e Innovación de Vodafone Business; Eva María Lain Rodríguez, Founder & CEO en LAIN TECH; Amador López Hueros, Advisory Team & AI and Machine Learning Consultant en CEMEX Ventures; Basilio Marquinez García, presidente y socio fundador de Seabery; Miguel Ángel Mejías Arroyo, jefe de Servicio de Planificación Estratégica y Desarrollo Local del Ayuntamiento de Huelva; y Pedro Sánchez Villarreal, Business Development Director en Sngular Studios.

Diversos perfiles que se suman al talento latente de nuestro territorio, cuyo papel en esta revolución es crucial. Consciente de la importancia de la digitalización para el crecimiento económico, el gobierno español busca acelerar la adopción de tecnologías digitales en las empresas y fomentar la creación de un ecosistema de innovación. A través de programas de apoyo financiero, formación y asesoramiento, se está incentivando a las empresas a invertir en digitalización y a adaptar sus modelos de negocio a las nuevas realidades del mercado.

OPINIÓN

ANTONIO RIVERO ONORATO
PERIODISTA. DIRECTOR DE GRAYLING ANDALUCÍA

 Antonio Rivero Onorato

Dentro de este panorama, Andalucía se perfila como un motor de la transformación industrial. La región, tradicionalmente ligada a sectores como la agricultura y el turismo, ha sabido diversificar su economía y apostar por la innovación tecnológica. Los parques tecnológicos andaluces, como Sevilla Tech Park, se han convertido en centros de excelencia, atrayendo a empresas de alta tecnología y generando un entorno propicio para la investigación y el desarrollo. La universidad andaluza, por su parte, está formando a las nuevas generaciones en Ingeniería y Ciencia con las habilidades necesarias para liderar la digitalización del sector industrial.

La colaboración entre el sector público, el sector privado y la universidad es fundamental para que la transformación sea un éxito. Las empresas andaluzas, tanto grandes corporaciones como pequeñas y medianas empresas, están demostrando una gran capacidad de adaptación e innovación. Se están desarrollando proyectos piloto en los que la robótica colaborativa ayuda a los operarios a realizar tareas repetitivas y peligrosas, la inteligencia artificial optimiza la logística y la cadena de suministro, y el 'blockchain' garantiza la trazabilidad de los productos.

Sin embargo, la digitalización del sector industrial también plantea desafíos. La ciberseguridad es ya una prioridad, dado que los sistemas conectados son vulnerables a ataques informáticos. La brecha de talento es otro de los retos, ya que la demanda de profesionales con conocimientos en tecnologías 5.0 supera a la oferta. Para superar estos obstáculos, es necesario invertir en la formación continua y en la creación de programas educativos que se adapten a las necesidades del mercado laboral del futuro.

La tecnología y la digitalización no son una opción, sino una necesidad para el sector industrial. La Industria 5.0 ofrece una gran oportunidad para aumentar la competitividad, la eficiencia y la sostenibilidad de las empresas. España, y en particular Andalucía, están liderando este cambio, sentando las bases de un futuro industrial más próspero e innovador. La apuesta por la inversión en I+D, la formación de talento y la colaboración entre todos los actores del ecosistema de innovación son la clave para que la revolución industrial sea un éxito y para que el tejido productivo español y andaluz se consolide como un referente a nivel mundial.

De todo ello hablaremos en Huelva a partir del 22 de octubre, ¿te apuntas?

Las mayorías necesarias en las juntas de propietarios para modificaciones en viviendas y zonas comunes

OPINIÓN

ÁNGELES

RODRÍGUEZ CABO

ABOGADA EN CORREA

ADMINISTRACIONES

ASOCIADA DE ALJURA



La convivencia en un edificio sometido al régimen de propiedad horizontal implica que los vecinos no solo comparten espacios comunes, sino también derechos y obligaciones que deben gestionarse colectivamente. Uno de los aspectos más relevantes en este contexto son las decisiones que afectan tanto a las viviendas privativas como a las zonas comunes. Para garantizar un equilibrio entre los intereses individuales y colectivos, la Ley de Propiedad Horizontal (LPH) establece diferentes tipos de mayorías según la naturaleza y trascendencia de los acuerdos.

El marco legal: la Ley de Propiedad Horizontal

La LPH (Ley 49/1960, de 21 de julio) regula el funcionamiento de las comunidades de propietarios en España. En lo relativo a la adopción de acuerdos, los artículos 10 y 17 son los más relevantes: el primero recoge las actuaciones obligatorias que no dependen de votación, y el segundo establece los distintos quórum necesarios para aprobar acuerdos. Conocer y aplicar estas normas es esencial no solo para garantizar la validez legal de lo que se decide, sino también para evitar conflictos vecinales. La ley ofrece un marco básico, pero deja mucho espacio a la interpretación y, sobre todo, a la voluntad de los propietarios.

La unanimidad: ¿protección o bloqueo?

La unanimidad se reserva a aquellas decisiones que alteran la base misma de la comunidad. Jurídicamente se entiende que es lógico exigirla, porque se afectan derechos esenciales de todos. Sin embargo, la expe-

riencia demuestra que, en la práctica, se convierte en un obstáculo casi insalvable. Basta con que un solo propietario se oponga para bloquear proyectos que podrían mejorar la vida de toda la comunidad. Este requisito, pensado como garantía, termina siendo un freno para la modernización de los edificios y un motivo recurrente de conflicto vecinal.

Además, esta exigencia pone de relieve una paradoja: se protege el derecho individual de quien se opone, pero al mismo tiempo se perjudica el interés general de quienes buscan mejoras. Es legítimo preguntarse si el principio de unanimidad, tal como está planteado, responde a la realidad social actual o más bien a una concepción ya superada de la propiedad. En un mundo donde se imponen la sostenibilidad, la accesibilidad y la eficiencia energética, mantener un sistema tan rígido parece más un ancla que una garantía.

Mayorías cualificadas y simples: operatividad frente a parálisis

El legislador ha intentado matizar esta rigidez introduciendo distintos niveles de

mayoría. La mayoría de tres quintas partes permite adoptar mejoras importantes sin llegar a exigir unanimidad, mientras que la mayoría simple facilita la gestión cotidiana. En teoría, estas fórmulas buscan equilibrar protección y agilidad. Sin embargo, en la práctica, no siempre funcionan como se espera. La desinformación, el desinterés o la falta de cultura de participación hacen que incluso acuerdos sencillos puedan convertirse en eternos debates, prolongando la sensación de parálisis.

Aquí emerge otro problema de fondo: la escasa participación en las juntas. En muchas comunidades, apenas asisten unos pocos vecinos, y la mayoría de decisiones recaen en manos de quienes acuden con más frecuencia. Ello provoca que la gestión de lo común se resienta y que la ley, aunque contemple mayorías flexibles, no logre su objetivo porque falta un verdadero compromiso vecinal. El problema de las mayorías no es solo jurídico, sino también cultural: sin implicación y sin información, cualquier modelo acaba resultando insuficiente.

Reformas recientes: avances insuficientes

Las reformas legales de los últimos años, que flexibilizan las mayorías en casos como la accesibilidad o la eficiencia energética, van en la dirección correcta. Reflejan una sensibilidad hacia los retos actuales: el envejecimiento de la población, la necesidad de viviendas accesibles, la sostenibilidad y la transición energética. Sin embargo, estos avances resultan todavía tímidos. La realidad es que muchas comunidades, especialmente las de edificios antiguos, siguen atrapadas en una normativa que, en la práctica, no facilita las decisiones rápidas en asuntos de vital importancia.

Si pensamos en el futuro inmediato, es evidente que la rehabilitación energética de los edificios será clave no solo para cumplir con los objetivos europeos de sostenibilidad, sino también para reducir costes a las familias y mejorar el confort de los hogares. Pero mientras la ley mantenga barreras tan altas para aprobar determinadas obras, seguiremos viendo cómo proyectos necesarios se retrasan indefinidamente. Quizás la pregunta no es cuántos votos hacen falta, sino cómo logramos un sistema que incentive el acuerdo y la corresponsabilidad en lugar de la parálisis.

Las viviendas privativas: libertad con límites

Cada propietario tiene derecho a modificar su vivienda, siempre que no afecte a elementos comunes ni a la seguridad del edificio. Este principio parece sencillo, pero en la práctica se generan constantes fricciones. Lo que para uno es una mejora personal, para otro puede ser una alteración inaceptable de la estética, la seguridad o la convivencia. Este es un recordatorio de que el derecho individual en un edificio compartido nunca es absoluto: necesita dialogar con el derecho colectivo.

Reflexión final: hacia una cultura de acuerdos

Más allá de las mayorías legales, lo decisivo es cómo se gestionan las comunidades. La ley puede ser más o menos flexible, pero si los vecinos no participan activamente, si no se informa con claridad de los costes y beneficios de cada decisión, y si no se fomenta una cultura de cooperación, el resultado será siempre el mismo: bloqueo, enfrentamiento y deterioro de la convivencia.

La unanimidad tiene sentido para proteger derechos fundamentales, pero no debería ser el pretexto para impedir el progreso. El reto está en lograr un modelo que mantenga las garantías, pero que al mismo tiempo ofrezca mecanismos ágiles y eficaces. Porque, al final, las comunidades que funcionan no son las que acumulan más normas, sino las que saben convertir esas normas en acuerdos razonables que mejoran la vida de todos.

En definitiva, la discusión sobre las mayorías en las juntas de propietarios es también un debate sobre qué tipo de sociedad queremos construir. Una sociedad anclada en la parálisis y el enfrentamiento, o una sociedad capaz de tomar decisiones colectivas en beneficio de todos. Avanzar hacia mayorías más flexibles, fomentar la mediación vecinal y profesionalizar la gestión de comunidades puede ser un camino para evitar que la ley, en lugar de ser una herramienta de convivencia, se convierta en un obstáculo. No se trata solo de contar votos, sino de cultivar confianza, responsabilidad y visión de futuro.

OPINIÓN

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

Sevilla, demasiados teatros para tan poco apoyo



Una paradoja con riesgo de estancamiento

La situación actual genera una paradoja evidente: Sevilla y su provincia cuentan con más teatros de los que son capaces de gestionar, pero carecen de las estructuras de financiación y planificación necesarias para aprovechar ese capital cultural. Mientras tanto, artistas, compañías y técnicos locales se enfrentan a la precariedad y a la falta de continuidad, lo que debilita el propio tejido creativo.

enfrentan a la precariedad y a la falta de continuidad, lo que debilita el propio tejido creativo.

El reto de convertir los escenarios en oportunidad

Si Sevilla aspira a consolidar su posición como referente cultural en el sur de Europa, debe afrontar este desafío con decisión. La clave está en diseñar políticas

culturales ambiciosas, fomentar el patrocinio privado mediante incentivos legales atractivos y articular redes provinciales de programación que conviertan la abundancia de escenarios en una oportunidad, y no en un lastre. Solo así, nuestros teatros podrán transformarse en lo que siempre debieron ser: motores culturales, sociales

y económicos al servicio de la ciudadanía.

Esta disgresión que aquí plasmo me ha surgido este verano con los pies metidos en arena y mar y ante la profusión de noticias que en los distintos medios abordaban la nueva apertura para 2026 de espacios culturales que marcarán un punto de inflexión en la ciudad de Sevilla y su entorno, sobre todo con los

próximos espacios tales como Las Reales Atarazanas, con una dimensión y ubicación excepcionales, y que tienen un uso sin definir, con una gestión asignada a la Fundación Cajazol, el único ente que esta ejerciendo de mecenas cultural con profusión; su sede y su Teatro son el lugar de encuentro desde hace una década de toda la ciudad y provincia; todo pasa por Antonio Pulido, a quien hay que darle las gracias sinceras.

Junto a las Reales Atarazanas tenemos La Real Fábrica de Artillería, que el Ayuntamiento va utilizando por partes.

Allí se suceden los actos y presentaciones sin que el espacio esté aún terminado y sin una política cultural concreta y definida; el espacio es singular y su ubicación en el barrio de San Bernardo lo hacen muy atractivo, pero avanza, no obstante, con poca concreción y la puesta a disposición de los operadores culturales y turísticos se vuelve muy tortizera y compleja.

Ahora llega Focus y su nuevo auditorio de La Gavidia y el panorama es el mismo que los anteriores. Como dice la canción de Serrat 'Que va a ser de ti... lejos de casa?' Pues nada, a añadir en la lista, que en todo caso aquí no termina. Los edificios de Altadis, antigua Tabacalera y el Auditorio Rocío Jurado en la Cartuja, aunque abandonado. Esto es un suma y sigue que si añadimos los espacios consolidados como Fibes y su auditorio, el Cartuja Center o el Teatro de la Maestranza es ya el acabose.

Los auditorios ya medios como Álvarez Quintero o el Lope de Vega los nombramos junto a los espacios singulares como Los Reales Alcázares, la Universidad, Casas Palacios, Centro Andaluz de Arte Contemporáneo y el Monasterio de Cartuja... Esta lista ya la quisiera Peregrini, si añadimos también los estadios de fútbol del Real Betis, Sevilla FC y el Olímpico de la Cartuja.

Que más quieren en una ciudad de 700.000 habitantes, además de los de la provincia, y sin dinero para la cultura. Habría que reflexionar sobre este tema.

A todo esa nómina de espacios hay que sumar el Teatro en Alcalá de Guadaíra, Útrera, Carmona, un nuevo Palacio de Congresos en Dos Hermanas, a las puertas mismas de la ciudad. Lo nunca visto; si después hay que gestionarlos y proveer de personal y programación, con la escasez de recursos y afluencia a la cultura... La de pago quiero decir, pues la gratuita va por otro lado.

La capital y su provincia acumulan un elevado número de espacios escénicos que, lejos de ser un motor cultural, se han convertido en un problema de gestión por la falta de mecenazgo, patrocinio privado y políticas culturales sólidas.

Un mapa cultural tan amplio como frágil

Sevilla y su provincia han tejido en las últimas décadas un denso mapa de espacios escénicos: desde los grandes referentes históricos como el Teatro Lope de Vega, el Maestranza o el Alameda, hasta las casas de cultura municipales, auditorios de nueva planta y salas privadas de pequeño formato. La oferta es amplia y diversa, lo que a priori debería suponer una fortaleza. Sin embargo, esta abundancia de escenarios ha puesto de manifiesto un problema de fondo: la dificultad para sostenerlos de manera coherente y continuada.

El reto de la gestión

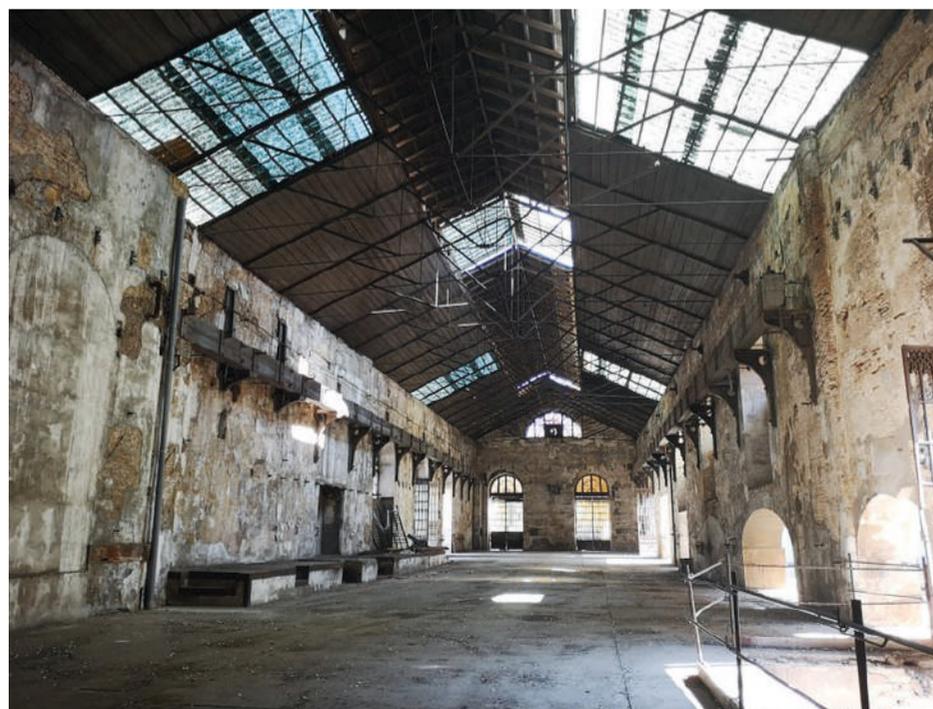
El verdadero desafío no radica en abrir un teatro o inaugurar un auditorio, sino en mantener su programación, garantizar la calidad artística y atraer al público de manera sostenida. Muchos de estos espacios se ven abocados a funcionar con programaciones discontinuas, excesiva dependencia de la taquilla y apoyos institucionales insuficientes. El resultado es una gestión marcada por la incertidumbre y la falta de continuidad.

Escasez de mecenazgo y patrocinio

El tejido empresarial sevillano no ha desarrollado una tradición de mecenazgo cultural sólida. Para muchas empresas, el patrocinio se percibe aún como un gasto y no como una inversión estratégica en imagen, territorio y ciudadanía. Esta realidad, unida a la ausencia de incentivos fiscales eficaces, limita la colaboración público-privada. El resultado es un panorama en el que la cultura se sostiene, en demasiadas ocasiones, con precariedad.

Políticas culturales insuficientes

Otro de los grandes problemas es la falta de coordinación entre instituciones locales y provinciales. Sevilla capital concentra buena parte de los recursos, mientras que los teatros de la provincia, levantados en tiempos de bonanza económica, luchan por no quedar infrautilizados. No existen circuitos estables de distribución de espectáculos ni estrategias comunes que eviten solapamientos y potencien la calidad de las programaciones.



La imprescindible estabilidad del sistema de relaciones laborales

OPINIÓN

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

Las reformas laborales constituyen uno de los instrumentos de política económica y social más relevantes en cualquier Estado. A través de ellas se definen las reglas de juego que rigen las relaciones entre trabajadores y empleadores, la estructura de la negociación colectiva y el funcionamiento del mercado de trabajo. En España, estas reformas han sido históricamente objeto de una notable controversia política, lo que ha dificultado su consolidación y continuidad a lo largo del tiempo. Frente a la volatilidad normativa derivada de la confrontación partidista, resulta necesario subrayar la importancia de que las reformas laborales se sustenten en consensos amplios, tanto entre las fuerzas políticas como entre los interlocutores sociales —sindicatos y organizaciones empresariales—. Esta exigencia no responde únicamente a razones de legitimidad democrática, sino también a criterios de eficiencia económica y estabilidad institucional. La consecución de consensos en las reformas laborales es imprescindible para el desarrollo sostenible del mercado de trabajo español. Para ello, se analizan cuatro ejes fundamentales: la seguridad jurídica, la estabilidad macroeconómica, la legitimidad democrática y la adaptación a los retos estructurales del empleo.

Uno de los principales problemas del sistema laboral español es la frecuente modificación de las normas que regulan la contratación, el despido o la negociación colectiva. La alternancia política ha conducido a que cada gobierno introduzca su propia reforma laboral, en ocasiones revirtiendo elementos centrales de la anterior. Este fenómeno no debería generar por sí mismo un clima de inseguridad jurídica, que afectara de manera negativa tanto a las empresas como a los trabajadores, pero la utilización política de los mecanismos de reforma legal, el abuso del real decreto ley como vía regulatoria y el uso partidista de la voluntad de los interlocutores sociales nos llevan a situaciones como la que estamos viviendo en estos últimos cuatro años. La seguridad jurídica constituye un pilar fundamental para el desarrollo económico, cuando las reglas del juego

son estables, las empresas pueden planificar inversiones y estrategias de contratación a medio y largo plazo, mientras que los trabajadores pueden desarrollar trayectorias profesionales con expectativas claras sobre sus derechos y obligaciones. Por el contrario, la volatilidad normativa reduce la confianza y fomenta conductas cortoplacistas con pésimos efectos sobre la inversión y la productividad.

El consenso político y social en torno a las reformas laborales es, por tanto, un requisito indispensable para garantizar la previsibilidad del marco regulador. Solo mediante acuerdos amplios que trasciendan los ciclos electorales puede consolidarse un ordenamiento laboral estable, capaz de combinar la flexibilidad necesaria para las empresas con la protección adecuada para los trabajadores.

El mercado laboral no funciona de manera aislada, sino que influye en la estabilidad macroeconómica del país. Las reformas laborales tienen efectos sobre la competitividad, la productividad y la distribución de la renta, aspectos estrechamente vinculados con la cohesión social. El Banco de España (2022) ha destacado que la incertidumbre normativa en materia laboral genera costes indirectos para la economía, al desalentar la inversión extranjera y reducir la capacidad de las empresas para planificar sus estructuras de empleo. Asimismo, la Comisión Europea ha advertido en varias ocasiones que la elevada segmentación del mercado laboral español —caracterizada por la coexistencia de contratos muy precarios junto a contratos indefinidos— requiere soluciones estructurales y consensuadas, que no pueden depender únicamente de la orientación ideológica de un gobierno concreto.

Los acuerdos amplios entre partidos políticos y agentes sociales incrementan la credibilidad de las reformas laborales, tanto a nivel nacional como internacional. Los inversores perciben que las reglas del mercado de trabajo no cambiarán drásticamente con cada cambio de gobierno, lo que fortalece la confianza en la economía española. En este sentido, la experiencia comparada en países como Alemania o los Países Bajos demuestra que los pactos sociales han contribuido a dotar de mayor estabilidad a las instituciones laborales y, con ello, a mejorar la competitividad de sus economías.

Más allá de la dimensión económica, el consenso en las reformas laborales posee una relevancia esencial en términos de legitimidad democrática. El derecho del trabajo se configura como un espacio en el que confluyen intereses contrapuestos —capital y trabajo—, que requieren mecanismos institucionales de mediación y equilibrio. La Constitución Española de 1978 reconoce explícitamente el papel de los sindicatos y organizaciones empresariales como inter-



bles para dar respuesta a estos desafíos. Una reforma aprobada de manera unilateral puede ser revertida con facilidad en la siguiente legislatura, interrumpiendo procesos de transformación que requieren décadas. En cambio, un acuerdo transversal ofrece la garantía de continuidad necesaria para orientar inversiones en educación, tecnología y políticas de empleo que trasciendan los ciclos electorales. El problema es encontrar en el propio gobierno de la nación un interlocutor razonable, con voz única y con una política propia, en vez de un marasmo de posiciones descoordinadas y desestructuradas. En este sentido, organiz-

locutores sociales, así como el derecho a la negociación colectiva (artículos 7 y 37 CE). En este marco, el diálogo social no es únicamente un mecanismo informal de concertación, sino un mandato constitucional orientado a garantizar la participación de los actores sociales en la definición de las reglas laborales.

La literatura en ciencias políticas ha destacado que las reformas adoptadas con el respaldo de sindicatos y patronales gozan de mayor aceptación social y de una implementación más efectiva (Rhodes, 2001). Por el contrario, las reformas unilaterales tienden a generar contestación social, conflictos laborales y una menor durabilidad normativa. El consenso político y social, en consecuencia, no debe entenderse como una concesión voluntaria, sino como un requisito para asegurar la legitimidad de las decisiones en un ámbito especialmente sensible de la política pública.

El mercado de trabajo español enfrenta desafíos estructurales de gran magnitud: la elevada tasa de desempleo estructural, juvenil, femenino y de larga duración, la temporalidad, la dualidad entre trabajadores protegidos y precarios, la transición digital y ecológica, y los cambios demográficos derivados del envejecimiento de la población. Ninguno de estos retos puede abordarse de manera efectiva mediante reformas parciales o reversibles. Se requiere una estrategia de largo plazo que integre medidas de política activa de empleo, formación continua, innovación productiva y reconfiguración de la protección social. Estamos viendo cómo las cifras de crecimiento económico en términos de PIB no se integran en una mejora de la capacidad adquisitiva de los españoles, del incremento de sus salarios, de su capacidad de acceso a servicios esenciales como la educación o la vivienda. En términos de mejora de la capacidad financiera de las familias españolas somos un país que está más alineado con Polonia, Hungría, Rumanía o Grecia, que con el resto de las grandes economías europeas.

Los consensos amplios entre partidos e interlocutores sociales son imprescindibles

para dar respuesta a estos desafíos. Una reforma aprobada de manera unilateral puede ser revertida con facilidad en la siguiente legislatura, interrumpiendo procesos de transformación que requieren décadas. En cambio, un acuerdo transversal ofrece la garantía de continuidad necesaria para orientar inversiones en educación, tecnología y políticas de empleo que trasciendan los ciclos electorales. El problema es encontrar en el propio gobierno de la nación un interlocutor razonable, con voz única y con una política propia, en vez de un marasmo de posiciones descoordinadas y desestructuradas. En este sentido, organiz-

mos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) han subrayado la importancia del tripartismo —gobierno, sindicatos y empresarios— como mecanismo para articular respuestas consensuadas a los retos del trabajo en el siglo XXI. España, como Estado miembro, no puede permanecer ajena a esta exigencia de concertación. Frente a esta situación, resulta imprescindible avanzar hacia un modelo de concertación política y social en materia laboral. La seguridad jurídica, la estabilidad macroeconómica, la legitimidad democrática y la eficacia en la respuesta a los desafíos estructurales exigen que las reformas laborales cuenten con el mayor consenso posible entre partidos e interlocutores sociales. La experiencia comparada europea demuestra que los países con instituciones laborales basadas en el diálogo social y en pactos transversales han conseguido mejores resultados en términos de empleo, cohesión social y competitividad. España dispone de los instrumentos constitucionales e institucionales para avanzar en esta dirección; lo que falta es voluntad política y capacidad de negociación. En definitiva, solo a través de consensos amplios podrá garantizarse que las reformas laborales dejen de ser un terreno de confrontación coyuntural y se conviertan en una política de Estado orientada a la estabilidad, la justicia social y el desarrollo económico sostenible.

Es imprescindible garantizar que las políticas laborales se formulen sobre la base de diagnósticos técnicos, datos empíricos y consensos sociales amplios. Solo así será posible reducir la inseguridad jurídica, aumentar la competitividad, favorecer la inversión y ofrecer a los trabajadores un horizonte de estabilidad. En caso contrario, España corre el riesgo de perpetuar un mercado laboral fragmentado, incapaz de resolver problemas estructurales como la temporalidad, el desempleo juvenil o la baja productividad, y sin capacidad para favorecer las transiciones económicas que fortalezcan a las clases medias y aseguren el funcionamiento del ascensor social.

Perfil de las ocupadas en el sector de la construcción



OPINIÓN

ÁFRICA CARACENA MÁRQUEZ
SECRETARIA GENERAL.
FEDERACIÓN ANDALUZA DE
MUJERES EMPRESARIAS
(FAME).

Para conocer el perfil de las mujeres ocupadas en el sector de la Construcción utilizamos los microdatos de la Encuesta de Población Activa (EPA), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), debido a que las estadísticas de Afiliación a la Seguridad Social no proporcionan estas características en el desglose sectorial.

En 2024, según la EPA, el sector de la construcción contaba con 1.463.849 perso-

nas ocupadas, lo que supone que esta actividad empleaba al 6,8% de la población ocupada. Las mujeres ocupadas en la Construcción ascendieron a 130.826, el 8,9% del total de la ocupación del sector y el 1,3% del total de mujeres ocupadas en el conjunto de la Economía, lo que evidencia la marcada y notoria masculinización del sector, si bien los datos dejan claro que, cada vez se rompen más barreras para que las mujeres se dediquen a otras ocupaciones y profesiones en las que hace no tanto, era extraña su presencia y participación.

Las mujeres del sector trabajan más frecuentemente en el Régimen General. Más de siete de cada diez trabajadoras del sector están inscritas en el Régimen General y el resto trabajan como autónomas. En comparación con el total de sectores, el porcentaje de mujeres autónomas que trabajan en la Construcción es casi el doble, 26,3% frente a 13,5%.

La distribución de las mujeres ocupadas por grupos de edad en el sector de la construcción varía sobre la que se da en el conjunto de la Economía. En la Construcción se produce una menor dispersión y el 70,6% de la ocupación femenina se concentra entre

los 30 y los 54 años. La edad media de las ocupadas en el sector de la construcción es de 44,6 años. La Construcción cuenta con casi un 11% de mujeres jóvenes (menores de 30 años) entre sus ocupadas, proporción 4 puntos inferior a la que se produce en el total de sectores. En contraposición, el peso de la ocupación de las mujeres de 55 y más años es 2 puntos menor en el sector que en el conjunto de la Economía.

Seis de cada diez ocupadas en la Construcción tienen estudios de Educación Superior. Esta proporción supera en más de 9 puntos a la proporción de mujeres ocupadas con estudios superiores en el total de sectores económicos.

Las mujeres ocupadas en el sector de la construcción poseen de forma mayoritaria la nacionalidad española, experimentando un crecimiento del 11,4% en 2024. Las mujeres con nacionalidad extranjera representan el 11% sobre el total y crecen un 1% respecto al año pasado, mientras que las mujeres con doble nacionalidad caen un 33,4%, representando apenas un 3,3%.

Según los datos de la EPA, la ocupación de las mujeres en el sector viene caracterizada por una fuerte segregación horizontal. En 2024, seis de cada diez mujeres ocupadas

en el sector de la construcción trabajaban en empresas pertenecientes a Construcción de Edificios (32,2%) y a Instalaciones eléctricas, de fontanería y otras instalaciones en obras de construcción (28,8%). En las actividades de Ingeniería Civil el número de mujeres ocupadas es menor, como en las actividades que se encuadran dentro de Construcción de otros proyectos de ingeniería civil (4,1%) o Construcción de redes (2,4%), no obstante, alcanzan mayores pesos porcentuales respecto a los hombres en comparación a otras actividades donde hay más mujeres ocupadas.

Más de la mitad de las mujeres ocupadas en el sector (57,5%) se concentran en cinco ocupaciones, todas ellas (salvo arquitectas, urbanistas e ingenieras geógrafas) de perfil administrativo: • Empleadas administrativas con tareas de atención al público no clasificadas bajo otros epígrafes (16,6%). • Otras empleadas administrativas sin tareas de atención al público (15,8%). • Empleadas contables y financieras (14,3%). • Asistentes administrativas y especializadas (6,2%). • Arquitectas, urbanistas e ingenieras geógrafas (4,6%).

Destacan cuatro comunidades por aglutinar al 60,2% de las mujeres ocupadas en Construcción: la Comunidad de Madrid (21,4%), Cataluña (14,9%), Comunidad Valenciana (13%) y Andalucía (10,9%).

Los motivos de la falta de trabajadoras en el sector de la Construcción radican en una "tormenta perfecta" que conjuga desconocimiento de las oportunidades laborales de la construcción, estereotipos y prejuicios sociales, carencia de orientación educativa y laboral hacia el sector en instituciones y organismos públicos, entre muchos otros motivos. Sin embargo, la realidad de la construcción en lo referente al empleo femenino es muy clara: empleos asalariados con contratos indefinidos a jornada completa con ocupadas altamente cualificadas en puestos técnicos y administrativos. El reto del sector es ampliar esta realidad del trabajo femenino al trabajo a pie de obra, ya que apenas un 6,2% de las mujeres del sector desempeñan las ocupaciones más de mandadas de la industria de la Construcción, como son las ocupaciones de albañiles, electricistas de la construcción, fontaneros, jefes de obra y capataces, operadores de grúas móviles, etc.

Ante la encrucijada actual en la que se encuentra la industria de la construcción, en la que su futuro no solo depende de políticas de suelo o financiación, sino de la capacidad para atraer a una nueva generación al oficio de la construcción, la baja participación femenina en la construcción es un auténtico desafío que debe abordarse. Es crucial tratar este reto, junto a una reinención de su imagen, ofreciendo: formación profesional, seguridad, estabilidad, conciliación de la vida personal, laboral y familiar y transparencia retributiva. Una solución para la crisis del sector y más opciones y variedad laboral para las mujeres abriendo paso a una sociedad más equitativa e igualitaria.

Los cimientos de una construcción sostenible

OPINIÓN

ANA JÁUREGUI RAMÍREZ

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

 Ana María Jáuregui Ramírez

 @amjauregui

La remontada del sector de la construcción en Andalucía ya ha comenzado. El gobierno autonómico lo ha confirmado este mismo verano. En el primer semestre de 2025, la edificación de viviendas ha aumentado un 19,6% en nuestra tierra con 12.252 nuevas viviendas, unas cifras que evocan a antes de la crisis económica de 2008.

Si analizamos el consumo de cemento, que es considerado un indicador del sector, en los primeros 5 meses de este año se registraron 1.372.651 toneladas, o lo que es lo mismo, un 7,3% más y, algo también muy relevante, dos puntos por encima más que el resto del país que registra un 5,1%.

A ello debemos sumar que, en 2024, nuestra región alcanzó el mayor volumen de licitación de obra pública de los últimos 15 años. Ni más ni menos que 3.875,8 millones de euros.

Las perspectivas son, por tanto, muy optimistas para un sector que ha padecido un periodo muy complejo a nivel nacional y que, poco a poco, está volviendo a florecer. Y algo también muy importante, a su crecimiento está aparejado el crecimiento de la economía de nuestro país. Podrá ser objeto de debate, pero, es evidente que, si al sector de la construcción le va bien, a la economía española también le va bien.

Ante este fructífero panorama, la construcción española debe afrontar el futuro evitando caer de nuevo en errores del pasado y apostando fuerte por la innovación y la sostenibilidad. No es un capricho, son requisitos que exige bien claro la Unión Europea y el sentido común. España no puede hacer frente a un boom urbanístico que colapse y devalúe nuestros espacios medioambientales. El futuro de la construcción no puede guiarse por la cantidad, sino por la calidad de las obras. Conceptos como la eficiencia energética, la



sostenibilidad, la innovación tecnológica y la optimización de recursos están consiguiendo que las obras sean más seguras, eficientes y respetuosas con el medio ambiente.

Es por ello por lo que, esta nueva construcción inteligente, exige un conocimiento profundo de materiales, técnicas de construcción y gestión de recursos. O lo que es lo mismo, precisa de la ingeniería técnica industrial para obtener todo el rédito necesario.

No es necesario que nos vayamos muy lejos para encontrar proyectos que ejemplifiquen los buenos resultados de la innovación edificativa. En la construcción Torre Cajasol en Sevilla, el edificio más alto de la ciudad y toda una insignia de la capital andaluza, la ingeniería técnica industrial fue clave para la implementación de sistemas de climatización y garantizar la eficiencia energética de un edificio acristalado de 40 plantas levantado en una de las zonas más calurosas de España.

No muy lejos de esta torre podemos disfrutar de un complejo urbanístico sostenible referente a nivel nacional como es la Isla de

la Cartuja. Un espacio emblemático para la ciudad, que albergó en su día la Expo del 92 y que ahora acoge el parque tecnológico Sevilla TechPark, varias Universidades, Centros de Investigación, grandes empresas de innovación y centros culturales. Gracias a los ingenieros, este espacio integra paneles solares, sistemas de reciclaje de agua y materiales de construcción de bajo impacto ambiental, lo que reduce enormemente su huella ecológica. Un lugar destacado en la Cartuja es el nuevo edificio de la Escuela de Ingeniería Técnica Industrial (CATEPS), un centro abastecido energéticamente por fuentes renovables, gracias a instalaciones de autoconsumo con sistemas fotovoltaicos, eólicos y de almacenamiento que le ha convertido en todo un referente de sostenibilidad y premiado por el proyecto eCity Sevilla.

Además, y hago un inciso, debemos añadir que es una Zona de Bajas Emisiones, por lo que solo pueden circular por sus calles vehículos medioambientalmente respetuosos ayudando a reducir la contaminación del recinto.

Cambiando de tercio, otro punto en el que quiero detenerme es en la rehabilitación de edificios, este campo ha sido el sostén de la construcción en los momentos más complejos del sector. Adaptar las construcciones ya existentes ayuda a hacerlas más accesibles y sostenibles, mejorando por tanto su uso e impacto ambiental. Por ello considero que no hablamos de un campo menor, sino de ámbito necesario para mejorar la calidad de vida y de trabajo de los ciudadanos. Y es que, solo en el primer trimestre de 2025, la rehabilitación de viviendas en España generó 667,1 millones de euros, lo que constituye el mayor dato de un primer trimestre de toda la serie histórica (desde 1991) y un crecimiento anual del 27,3% según publica el Observatorio nacional de Vivienda y Suelo.

Punto y aparte tiene la restauración de edificios históricos. En un país con un legado histórico y patrimonial tan rico como el nuestro, debemos tener muy en cuenta los trabajos de modernización y rehabilitación de estos espacios, no solo para su conservación, sino también para modernizar sus instalaciones, mejorar su eficiencia y garantizar su accesibilidad, ya que muchos de ellos están en uso y reciben miles de visitas. En la conservación y restauración del Real Alcázar de Sevilla, uno de los palacios en uso más antiguos del mundo, se implementan soluciones innovadoras para integrar nuevas tecnologías sin alterar la esencia patrimonial, garantizando la conservación y sostenibilidad del patrimonio.

El respaldo y apoyo de las instituciones públicas al sector de la construcción es imprescindible, no solo en el plano económico sino también en la burocracia, en la agilización de los trámites. En este sentido el Ayuntamiento de Sevilla ha dado un paso adelante, buscando la colaboración de los profesionales expertos en materia urbanística e instalaciones para facilitar la tramitación de los certificados de adecuación urbanística (CAU) a promotores y empresas. A través de la Ordenanza Reguladora de Obras y Actividades (OROA), los colegios profesionales, entre ellos el Colegio Oficial de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de Sevilla, podrán emitir licencias urbanísticas en la ciudad de Sevilla. De esta forma, los promotores de obras podrán dirigirse directamente a COGITISE para solicitar su licencia. Además, la Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente también podrán remitir a las instituciones colegiales los expedientes para la emisión del CAU que considere oportunos. A todas luces, será una gran ayuda para reducir los largos tiempos de espera y fomentar la construcción en la ciudad y por ende, el acceso a la vivienda tan necesario en estos tiempos, en especial para nuestros jóvenes. Además, considero que esta normativa evidencia la colaboración pública-privada a través de los colegios profesionales. Concretamente, en COGITISE, donde tramitamos unos 9.000 visados anuales ya hemos reforzado nuestra secretaría técnica para garantizar el mejor servicio.

Como podemos comprobar, el papel de la ingeniería técnica industrial en la construcción es estratégico y transversal. Su capacidad para integrar conocimientos técnicos, gestión eficiente y sostenibilidad ambiental hace que sea un elemento imprescindible para afrontar los retos del presente y, también, los del futuro. Solo con profesionales bien formados y comprometidos podremos seguir construyendo una región más moderna, competitiva, igualitaria y respetuosa con nuestro patrimonio y nuestro entorno natural.



ENTREVISTA

JUAN IGNACIO ÁVALOS
DIRECTOR REGIONAL DE
COSENTINO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Cosentino está presente en miles de hogares andaluces, españoles y en el resto del mundo ¿cuáles cree que son esas señas que les hacen líderes en el mercado de materiales de construcción y diseño?

Juan Ignacio Ávalos: “Cosentino en un buen ejemplo de combinar tradición e innovación”

En primer lugar, destacaría la innovación. Ha sido el factor clave para desarrollar productos diferenciadores, pioneros... y como resultado final, competitivos a escala global. Es más, Cosentino en un buen ejemplo de combinar tradición e innovación. No hay que olvidar que la compañía tiene sus raíces en la piedra natural y en las canteras de Macael. Ese “saber hacer” artesanal, primando la calidad, fue la base para después poder innovar en un sector tan alejado, aparentemente, del I+D, y desarrollar productos líderes para el interiorismo y la arquitectura como Silestone® o Dekton®.

El otro factor clave ha sido la expansión internacional. Salir con activos propios e implantarnos en más de 30 países, desde Estados Unidos a Japón pasando por Sudáfrica o Australia, construyendo la red logística y de distribución más importante y amplia del mundo dentro de nuestra industria.

Finalmente no me quiero olvidar de otra palanca fundamental. El carácter de empresa familiar, que configura nuestro ADN y forja unos valores que ponen a la persona en el centro del modelo, al mismo tiempo que se fomenta al talento de los jóvenes tanto de Almería como de la región.

Su apuesta por Andalucía siempre ha sido decidida y firme y así se lo han reconocido en numerosas ocasiones. ¿En que momento se encuentra sus instalaciones de Almería y cómo se planifican su expansión y progreso?

La apuesta de Cosentino por Andalucía es innegociable. La primera y mejor mues-

tra se encuentra en nuestra sede central, en Cantoria (Almería). Junto a nuestras oficinas centrales, hablamos de unos de los parques industriales más avanzados de España y de Europa, tanto a nivel productivo, como logístico y también medioambiental. Con más de 4 millones de m², es un complejo que no ha parado de crecer año tras año, uniéndose a una cada vez mayor capacidad fabril, inversiones en nuevas tecnologías y en sostenibilidad.

Por citar algunos ejemplos, contamos con un “puerto seco”, un almacén logístico totalmente automatizado, un centro de I+D, una planta propia de gestión de residuos, o una de las mayores instalaciones fotovoltaicas industriales para autoconsumo de España. Nuestro parque industrial es el mejor ejemplo del compromiso de la compañía con Almería, y con Andalucía. Hay que recordar que toda la producción de Silestone y Dekton se hace aquí, y se distribuye y comercializa en más de 120 países de todo el mundo.

Este complejo acoge gran parte del volumen de inversiones de Cosentino. Por ejemplo, la compañía está inmersa en su nuevo plan inversor trienal para el periodo 2025-2027 con el que prevé sumar más de 430 millones de euros en concepto de inversión. Este plan estará centrado de nuevo principalmente tanto en la ampliación de la capacidad productiva y la eficiencia de nuestras instalaciones industriales, por ejemplo con la puesta en marcha de la cuarta línea productiva de Dekton® este año, que nos situará a la cabeza dentro de nuestra industria en capacidad de fabricación para esta categoría de producto.

Por tanto, el objetivo sigue siendo crecer desde aquí. Siendo más sostenibles, más avanzados a nivel logístico, incorporando más innovación y tecnología, y también captando el mejor talento joven. Solo así se puede seguir siendo competitivos y referentes a nivel mundial en el entorno global actual.

Poco a poco están ustedes variando el concepto de espacios en los que el público puede conocer sus productos. ¿Cual es la filosofía de estos espacios y más concretamente de los llamados “Cities”?

Efectivamente, esta es nuestra otra gran “palanca” tanto a nivel general, como en Andalucía. Nuestro proceso de expansión internacional se remonta a los propios inicios de la compañía. Sobre todo a partir de la década de los 90 del siglo pasado. Es algo que siempre tuvimos claro: salir de Almería y de España para competir en cualquier mercado internacional. En gran medida, la apuesta en esa primera época se asentaba en los almacenes o “Cosentino Centers”. En hacer crecer y apuntalar una red logística y de distribución que hoy por hoy es referente absoluto dentro de nuestra industria.

El modelo “City” supuso un paso más allá, una evolución estratégica ya que, de la





mano de Dekton®, podíamos entrar en otros nichos de mercado, y relacionarnos con otros perfiles adicionales de clientes: decoradores, interioristas, arquitectos... Ello nos llevó al nacimiento del “City” en 2013. Espacios expositivos y relacionales en el corazón de las grandes ciudades dónde mostrar toda la variedad de aplicaciones que tienen nuestros productos. Y como hacemos en Cosentino, la apuesta ha sido imparable. En poco más de diez años superamos ya los 40 espacios de este tipo en las principales urbes globales.

Y Andalucía ha tenido, como no podía ser de otra forma, su protagonismo en esta apuesta. En octubre de 2022, en la Plaza del Teatro de la capital malagueña, abrió sus puertas “Cosentino City Málaga”, el primer “City” andaluz. Con una superficie superior a los 400 m², el espacio se ha consolidado en estos pocos años como un polo de atracción de la comunidad de la arquitectura, el diseño y del talento emergente de la ciudad, así como un punto de encuentro para el mundo de la gastronomía, la cultura o el arte.

Ya a finales del año pasado, nuestra tierra recibía su propio showroom. En pleno Paseo de Almería, abrimos un espectacular “City” que reflejaba como ninguno las innovaciones y las múltiples posibilidades de aplicación de nuestros productos, convirtiéndose en un flagship de referencia para este modelo de espacios a nivel global. Y ahora le llega el turno a Granada, provincia con la que mantenemos un estrecha relación desde nuestros orígenes.

Ahora se inaugura un showroom en Granada ¿Este espacio responde a esta estrategia o es una nueva apuesta?

Además de Granada, ¿dónde podremos ver nuevos espacios de Cosentino en un futuro?

Granada va a ser la primera sede en Andalucía de un nuevo concepto o tipología de espacios que hemos puesto en marcha este año: los “Cosentino Studios”. El modelo “City” es un modelo consolidado ya, y con el que queremos seguir creciendo y seguir aumentando nuestra red internacional. Es una palanca estratégica ya que nos acerca de forma cualitativa a profesionales y prescriptores de primer nivel, y nos mejora tanto a nivel relacional como con nuevas herramientas comerciales.

En cualquier caso, ha sido un modelo que ha ido evolucionando desde sus inicios. Hemos ido aprendiendo en estos más de diez años, y perfeccionando tanto el “contenido” como el “continente”. De ese aprendizaje y de esa auto-evaluación continua ha nacido este año el formato “Studio”. Se trata de una propuesta más afinada, más cercana y con una mayor orientación comercial. Son espacios que condensan la esencia del “City” pero pensados para localizaciones dónde no es tan estrictamente necesario apostar por este último tipo de instalación, que ya se han convertido en espacios tipo flagships o icónicos.

También destinado a ubicarse en el centro de las ciudades, los “Studios” combinan las funciones de showroom de producto, y lugar de trabajo para la red comercial y los diferentes clientes de la cadena de valor de Cosentino. El primer espacio a nivel mundial de este nuevo modelo tuvo como escenario Girona hace unos meses, y el segundo, también a nivel internacional, que abrimos es en Granada.

Se trata de un local espectacular, ubicado frente al Centro Comercial Neptuno (Calle Neptuno, 8), que ya está disponible desde este septiembre para todos los profesionales interesados de la ciudad y la provincia, aunque su inauguración oficial la celebraremos en unos meses.

El espacio cuenta con una superficie superior a los 150 m², y enseña toda la variedad de soluciones decorativas y constructivas posibles de nuestras marcas Silestone®, Dekton® y Sensa by Cosentino®. Dispone de un pequeño Atelier, cocina funcional con inducción invisible, mock-ups con soluciones de fachada, Digital slabs, distintos muestrarios, y ambientes de baño con todo el portfolio de productos de Cosentino para este ámbito. Asimismo, presenta también productos de otras firmas líderes del sector del diseño y el hábitat.

Como decía, a futuro nuestra hoja de ruta es clara y establece aumentar notablemente la red de ambos modelos de espacios, en paralelo, durante los próximos años. Un claro ejemplo lo tenemos en este mismo 2025, que vamos a cerrar con 9 “Cities” nuevos y cuatro “Studios” en total (tras Gerona y Granada, abriremos Lima y Brasilia).

La innovación es también clave en el sector de la construcción y Cosentino presenta habitualmente productos que siguen una línea ascendente de investigación, desarrollo e innovación. ¿Qué podremos ver y comprar en un futuro no muy lejano?

Como decía al principio, sin productos de un valor añadido real, vía innovación y sostenibilidad, será complicado competir en un mercado global cada vez más complejo, tanto si hablamos de reforma y renovación, como en edificación de obra nueva o proyectos públicos.

Por ejemplo con Dekton® tenemos un ejemplo perfecto. Dekton® es una superficie ultracompacta que lanzamos en 2013 y cuyo desarrollo supuso más de 22.000 horas de investigación, generando una revolucionaria categoría de superficie. Dekton® se fabrica utilizando un proceso singular de Cosentino -Tecnología de Sinterización de Partículas (TSP)-, que le permite superar el rendimiento del porcelánico estándar.

Es un material con unas propiedades físico-mecánicas superiores que, junto a un portfolio innovador de diseños, tonalidades, medidas y acabados, lo convierten en un pro-

ducto perfecto para su uso tanto en interior como en exterior, y en múltiples aplicaciones como pavimentos, revestimientos de pared, solería, fachadas exteriores, encimeras, sobres de mesa, mobiliario, platos de ducha, etc..

Además, ya desde su desarrollo, Dekton® se concibió como un producto netamente sostenible y con altos criterios de circularidad. Todo el portfolio de Dekton® incorpora entre un 20 y un 85% de materia prima reciclada del propio proceso de fabricación. Cuenta desde 2016 con la Declaración Ambiental de Producto (EDP®), así como con la declaración de producto Neutro en Carbono para todo su ciclo de vida, entre otras muchas certificaciones. Dekton® es uno de los productos actuales con mayor aporte en la consecución de una edificación sostenible, eficiente energéticamente y que contribuye a reducir la huella de carbono. Aspectos cada vez más demandados en construcción.

Otro ejemplo a mencionar es la evolución experimentada en los últimos años por nuestra otra gran marca, Silestone®. Con casi cuatro décadas ya a sus espaldas, en 2020 dotamos al producto de nueva naturaleza gracias al desarrollo y la aplicación de la tecnología Hybriq+®. Esta tecnología implicaba tanto un nuevo proceso productivo, marcado por el compromiso medioambiental de la compañía, como una nueva formulación híbrida a partir del uso de materias primas minerales y reutilizadas, con una importante reducción de la presencia de sílice cristalina. El año pasado, gracias a esta tecnología, presentamos la nueva categoría Silestone®XM que distingue a las colecciones y colores de la marca con un contenido máximo del sílice del 10%.

Son dos muestras de lo necesaria, y prácticamente obligada, que es la innovación para facilitar al sector materiales que aúnen diseño, calidad, alto rendimiento y características reales de sostenibilidad. En esa línea vamos a seguir, con nuevos productos y con nuevas soluciones que nos ayuden en nuestro propósito principal, que es hacer diseño con sentido y para las personas. Queremos vincularnos más con la creatividad y el diseño al objeto de aunar funcionalidad y calidad técnica, junto con una estética inspiradora. Y todo ello llevarlo a otros sectores o nichos, más allá de la cocina, como son el baño, las fachadas, los revestimientos o los grandes proyectos constructivos.





Isabel Gutiérrez Chávez: “El diseño tiene sentido solo si responde a lo que necesita el cliente”

ENTREVISTA

ISABEL GUTIÉRREZ
CHÁVEZ
DIRECTORA REVESCOAN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Revescoan es una empresa de reformas e interiorismo. ¿Cuál cree que es su seña de identidad?

Nuestra seña de identidad es poner al cliente en el centro. Escuchar, entender y traducir sus necesidades en espacios que realmente mejoren su vida. Llevamos más 45 años haciéndolo y esa experiencia nos ha enseñado que la confianza se gana cuando el cliente siente que sus prioridades son también las nuestras. No se trata solo de construir o diseñar bonito, sino de dar soluciones reales a lo que preocupa a cada familia o negocio, desde la distribución hasta el presupuesto.

Y la mayoría de nuestros clientes llegan recomendados por otros que ya han vivido la experiencia con nosotros. Eso nos honra y nos obliga a mantener un nivel de exigencia muy alto. Somos una empresa familiar, lo que significa que cada proyecto lo cuidamos como si fuera propio. Para nosotros no se trata solo de levantar paredes o elegir materiales, sino de interpretar lo que el cliente sueña y hacerlo posible con rigor técnico y buen gusto.

La forma de vivir ha cambiado sensiblemente en los últimos años, entre otras cosas, por el tamaño de las viviendas. ¿Cómo influye esto en su trabajo?

Influye en todo. Hoy nuestros clientes nos piden que cada metro cuadrado trabaje para ellos. No es cuestión de tener más espacio, sino de que el espacio resuelva sus necesidades diarias. Por eso diseñamos viviendas prácticas, con almacenaje inteligente, luz natural y zonas polivalentes. Nuestro trabajo empieza por escuchar cómo vive cada persona o familia, qué problemas

tiene en su casa actual, y a partir de ahí trazamos una reforma que se ajuste de verdad a su vida cotidiana.

Hoy las viviendas son más pequeñas y se busca sacar el máximo partido al espacio. Eso nos obliga a trabajar de manera más estratégica. La gente no quiere metros cuadrados que no se usen, quiere casas que se adapten a su día a día. Y ahí es donde el interiorismo y la reforma van de la mano: no basta con “hacer obra”, hay que pensar cómo cada metro puede mejorar la vida de las personas.

La eficiencia energética en los edificios es uno de los grandes retos. ¿En qué punto estamos y hacia dónde cree que nos dirigimos?

El cliente ya es consciente de que mejorar la eficiencia energética no es solo “cumplir normativa”, es ahorrar y vivir mejor. Estamos en un momento de transición. Cada vez más clientes nos piden aislamientos mejores, carpinterías de alta eficiencia o sistemas de climatización más sostenibles, pero todavía queda camino por recorrer. La legislación europea va a seguir apretando y eso obligará a que el sector se modernice más rápido. El futuro va hacia edificios autosuficientes, que gasten menos energía y generen menos impacto. Para nosotros es un reto apasionante porque no hablamos solo de números: hablamos de mejorar el confort en el día a día y de reducir la factura energética de las familias y negocios con los que trabajamos.

Revescoan es también una constructora. El problema de la escasez de vivienda y de sus precios está ahora mismo en el debate público. ¿Cómo analizan este aspecto y qué cree que se debería hacer al respecto?

Es un problema complejo. No es nuestra especialidad ni hacemos obra nueva normalmente, salvo algún caso aislado de clientes habituales. La demanda de vivienda es muy superior a la oferta y eso dispara los precios de los suelos y de los materiales de construcción, lo que redonda en el precio de venta al cliente. Creemos que hay que facilitar más suelo urbanizable y agilizar la burocracia, porque los trámites



actuales frenan muchos proyectos. También es fundamental apostar por la rehabilitación de edificios y las reformas de viviendas ya existentes, que es algo en lo que nosotros sí tenemos mucha experiencia.

No todo pasa por construir de cero: hay un parque de viviendas antiguas que, si se reforma con criterios modernos, puede ser una solución real al acceso a la vivienda. Hay que provechar el enorme potencial de las viviendas antiguas. Nosotros lo vemos cada día: rehabilitar y reformar con criterio técnico y estético es darle al cliente una alternativa real y accesible.

“Para nosotros no se trata solo de levantar paredes o elegir materiales, sino de interpretar lo que el cliente sueña y hacerlo posible con rigor técnico y buen gusto”

Por lo que se refiere al diseño e interiorismo ¿dónde nos sitúan las tendencias actuales respecto a los espacios y los materiales?



El diseño tiene sentido solo si responde a lo que necesita el cliente. Ahora se buscan espacios abiertos y multifuncionales, materiales naturales y fáciles de mantener. Pero más allá de la moda, lo importante es que cada proyecto se adapte al estilo de vida de quien lo va a habitar. Podemos recomendar tendencias, pero siempre partimos de una premisa: ¿Qué problema resolvemos para esa persona? ¿Cómo conseguimos que su día a día sea más cómodo, práctico y a la vez estético?

Las tendencias van hacia lo natural y lo funcional. Se buscan materiales nobles, sostenibles y duraderos: maderas certificadas, piedras naturales, cerámicas de alta calidad. En cuanto a los espacios, se tiende a lo abierto, con cocinas integradas en la zona de estar y dormitorios que incorporan vestidores o zonas de trabajo. El cliente quiere hogares que sean bellos, pero también prácticos y fáciles de mantener. Y al mismo tiempo, hay un regreso a lo artesanal: detalles únicos, piezas hechas a medida que aportan personalidad al proyecto.

¿Qué planes de futuro tiene Revescoan?

Nuestro futuro pasa por seguir siendo una empresa cercana, donde el cliente sienta que está acompañado en todo momento. Queremos crecer, digitalizar procesos y apostar por la sostenibilidad, pero siempre con el mismo compromiso: escuchar primero qué preocupa al cliente y dar una respuesta clara, transparente y eficaz. Al final, lo que nos ha mantenido 45 años en el mercado no son las obras que hemos hecho, sino la confianza que hemos generado solucionando los problemas de miles de personas y empresas.

Apostamos por la digitalización, porque sabemos que los clientes cada vez quieren más transparencia y rapidez en los procesos. Y por supuesto, vamos a seguir invirtiendo en sostenibilidad: materiales responsables, técnicas constructivas más limpias y soluciones que miren hacia el futuro. En resumen, avanzar, pero sin olvidar lo que nos ha traído hasta aquí: el trato cercano y el compromiso absoluto con cada proyecto.



Mauricio Mesa: “360° by Cordia está pensado para personas que buscan mejorar su calidad de vida en un entorno natural”

ENTREVISTA

MAURICIO MESA
DIRECTOR GENERAL
DE CORDIA EN ESPAÑA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Cordia acaba de anunciar un nuevo proyecto en la Costa del Sol. ¿Dónde se va a ubicar y cuál va a ser el concepto?

Efectivamente, nuestro nuevo proyecto lo hemos bautizado como 360° by Cordia y estará conformado por más de 500 viviendas ubicadas en el entorno natural de Cerrado del Águila, en el término municipal de Mijas, entre montañas y a 5 minutos del mar. El complejo cuenta con un cuidado diseño moderno y funcional firmado por el reconocido estudio HCP Arquitectos, lo que garantiza la integración cuidada en el enclave y la construcción respetuosa con el medio ambiente en todas las fases del proyecto. Y es que el nuevo conjunto residencial se desarrollará de acuerdo con los estándares de sostenibilidad de BREEAM y contará con un certificado energético de clase A.

360° by Cordia está pensado para personas que buscan mejorar su calidad de vida en un entorno natural con el que puedan conectar y para ello los valores de sostenibilidad juegan un papel fundamental. Para las familias con niños es un lugar inigualable para vivir, con numerosas prestaciones y servicios, próximo a parques comerciales, colegios y centros de salud y hospitales y a solo 5 minutos del nuevo Gran Parque de Mijas. También es una magnífica opción para quienes buscan una segunda residencia en la Costa del Sol, cerca de la playa, con buenas comunicaciones y próxima al aeropuerto internacional, así como para los que simplemente quieren invertir en un valor seguro. Los servicios y espacios se han creado pensando en la vida cotidiana real, para ofrecer flexibilidad, descanso y un importante sentido de comunidad a los residentes.

Ustedes no son nuevos en la Costa del Sol y de hecho su proyecto Jade Tower ha recibido ya reconocimientos importantes

Así es, 360° by Cordia viene a sumarse al primer proyecto de nuestra compañía en España, el edificio Jade Tower, de Fuengirola, con la práctica totalidad de las unidades ya vendidas y diversos reconocimientos internacionales por sus calidades, originalidad y apuesta por la sostenibilidad.

Concretamente, el proyecto de obra nueva Jade Tower ha recibido el “International Property Awards 2025”, en la categoría “Smart Home”, a nivel mundial. Jade Tower pudo participar en esta final, a la que optaron propuestas inmobiliarias de todo el mundo, después de haber conseguido idéntico galardón, pero en el ámbito europeo, en octubre del pasado año.

Este reconocimiento internacional viene a sumarse al premio “Luxury Lifestyle Awards 2024” en la categoría “Best Luxury Sustainable Apartment Living in Costa del Sol”, que Jade Tower recibió en junio del pasado año.

Estamos muy orgullosos y muy satisfechos de que nuestro primer proyecto residencial en la Costa del Sol esté siendo tan excelentemente valorado en el ámbito internacional. Que nuestro esfuerzo sirva como referencia en el sector es muy motivador para nosotros.

La sostenibilidad en la construcción es ahora mismo un tema crucial que está en el debate público. ¿Cuál es su visión en este sentido?

Nuestro compromiso con el medio ambiente y con la mejora de la calidad de vida de nuestros residentes ha sido nuestra guía desde el primer momento. Nosotros somos unos convencidos de que la sostenibilidad no



está reñida con el lujo y la calidad de vida, y así lo hemos puesto de manifiesto con nuestro primer proyecto en España, Jade Tower, y queremos también mostrarlo con el desarrollo de nuestro nuevo proyecto, 360° by Cordia, en Mijas.

Jade Tower, por ejemplo, ha sido construido bajo el sello Breeam con certificado de nivel “muy bueno”, un método de evaluación y certificación para una construcción más sostenible en las fases de diseño, ejecución y mantenimiento y cuenta con certificación energética B. Este nivel de certificación denota una reducción potencial del consumo de energía y agua, en comparación con las prácticas de construcción estándar, lo que pone de manifiesto que el diseño es respetuoso con el medio ambiente y su estructura es sostenible. Esto garantiza, entre otras cosas, que el consumo de energía se reducirá hasta un 70% y el de agua hasta un 40%, en comparación con los edificios convencionales. En este sentido, la tecnología es un gran aliado de la sostenibilidad, hasta tal punto que se ha convertido en un valor diferencial para el comprador de lujo, consciente del cambio climático y de la importancia de la calidad de vida, sobre todo después de la pandemia. Por ejemplo, en Jade Tower, y también lo vamos a hacer en 360° by Cordia, nos comprometimos en reducir la huella de carbono mediante el uso de iluminación con sensores de movimiento, dispositivos de alta eficiencia energética y prácticas de consumo responsable.

Por otra parte, la fuente de agua potable del desarrollo es una combinación de suministro municipal y un sistema de ósmosis inversa que garantiza agua potable de alta calidad y funciona con energía renovable generada en el propio sitio.

Además, apostamos por la tecnología aerotérmica, como principal método de incorporación de energías renovables. Esta innovadora solución aprovecha la energía presente en el aire, incluso a bajas temperaturas, para proporcionar un sistema eficiente de calefacción y refrigeración.

¿Cómo analizan el problema de la falta de vivienda sobre todo para los jóvenes y cuáles cree que son las soluciones a medio y largo plazo?

La vivienda es un bien de primera necesidad, que duda cabe, y son las distintas Administraciones públicas las responsables de garantizar y procurar que la ciudadanía tenga cubiertas sus necesidades básicas. Desde el sector podemos ayudar, apoyar y colaborar presentando y desarrollando proyectos adaptados a la población más joven. En este punto, entendemos que la colaboración público-privada es fundamental.

Yo no le echaría la culpa a la segunda residencia o a los extranjeros que vienen a comprar. El problema que hay actualmente es de vivienda, no de la vivienda de protección oficial, que tiene una serie de condicionantes que la hacen en muchos casos inviable para los promotores. El coste del suelo, el coste de construcción... El hormigón vale lo mismo si es para una vivienda de lujo o para una vivienda asequible.

Es necesaria una agilidad mayor en cuanto a posible liberalización del suelo y que los promotores, que tenemos una responsabilidad social, podamos promover ese tipo de vivienda asequible que hace mucha falta.

¿Cuál es la trayectoria de Cordia en España y cuáles son sus proyectos de futuro en nuestro país y en Andalucía?

Cordia, miembro del Grupo Futureal, es uno de los mayores grupos empresariales de promoción e inversión inmobiliaria residencial de Europa, con presencia y una marca sólida y reconocida en los segmentos medio y medio-alto del mercado de venta en Hungría, Polonia, Rumanía y en el Reino Unido, a la vez que lleva a cabo su segundo proyecto en España.

Además de Jade Tower y 360° by Cordia tenemos previsto desarrollar otro proyecto en la Costa del Sol. Cordia dispone de terrenos estratégicamente ubicados que nos permitirán desarrollar alrededor de 800 unidades residenciales en los próximos años en España, con una especial atención a la provincia de Málaga, lo que nos posicionará como uno de los principales líderes en el mercado inmobiliario de la Costa del Sol.

Asimismo, la compañía cuenta con una disponibilidad de 160 millones de euros destinados a sus próximos proyectos, lo que refuerza los planes de expansión y consolidación en el mercado inmobiliario español.



ENTREVISTA

DAVID VEGA

DIRECTOR DE LA FÁBRICA DE
CEMENTOS PORTLAND EN
ALCALÁ DE GUADAÍRA (SEVILLA)

David Vega: “La innovación y la circularidad son claves para el futuro del sector cementero”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Para comenzar, ¿podría presentarnos brevemente la trayectoria de Cementos Portland y la posición que ocupa actualmente dentro del sector de la construcción?

Cementos Portland Valderrivas es una de las compañías cementeras más antiguas y relevantes de España, con más de 100 años de trayectoria desde su fundación en 1903. Forma parte del grupo INMOCEMENTO desde 2024 y cuenta con seis fábricas en España, además de presencia internacional en Túnez y Reino Unido. Es un referente en el sector de la construcción por su capacidad de producción, innovación y compromiso con la sostenibilidad.

Actualmente, lidera proyectos de descarbonización alineados con los objetivos climáticos del sector. Como parte de una industria intensiva en emisiones, la compañía trabaja activamente para reducir su impacto ambiental y acelerar su transición hacia modelos más sostenibles.

El cemento es un material fundamental en la edificación y las infraestructuras. ¿Qué diferencia a Cementos Portland de otras compañías del sector?

Cementos Portland Valderrivas se distingue por su capacidad para integrar la innovación industrial con soluciones adaptadas a cada cliente y proyecto. A diferencia de otras compañías, combina una amplia red de fábricas y centros logísticos con una gestión centrada en la circularidad de los recursos, reutilizando residuos como materias primas o combustibles. Además, lidera iniciativas pioneras en restauración ambiental de canteras y valorización energética, lo que le permite ofrecer un cemento competitivo no solo en calidad, sino también en impacto ambiental y trazabilidad. Esta combinación de experiencia, flexibilidad y compromiso ambiental refuerza su posición en un sector en plena transformación.

La sostenibilidad y la eficiencia energética son hoy retos ineludibles en la construcción. ¿Qué medidas está adoptando la empresa para reducir su impacto ambiental y avanzar hacia un modelo más sostenible?

Hacemos grandes esfuerzos para impulsar la sostenibilidad y la eficiencia energética porque sabemos que no son una opción, sino una exigencia que somos los primeros en defender. Invertimos mucho en innovación y tecnología para reducir el impacto de nuestra actividad, conscientes de que, como sector estratégico, tenemos la responsabilidad de liderar la transición energética y ser respetuosos con el entorno.

¿Cómo se plasma en la práctica? Por ejemplo, potenciando la valorización de residuos y la circularidad, en colaboración con otras empresas del sector. Así, impulsamos el uso de subproductos industriales y combustibles alternativos de alto contenido de



biomasa en lugar de materias primas fósiles, lo que reduce las emisiones del proceso y evita la generación de residuos.

También incrementamos nuestra eficiencia energética a través de la modernización constante de las instalaciones con tecnologías más eficientes, incluyendo iluminación LED, gestión energética avanzada y desarrollo de cementos con menor huella de carbono.

Esto se refleja en nuestras certificaciones: la fábrica de Alcalá de Guadaíra cuenta con la Autorización Ambiental Integrada (AAI) y certificaciones ISO (9001, 14001) y EMAS, que garantizan un control riguroso sobre emisiones, residuos y uso de combustibles más ecológicos.



A nivel general, nuestras fábricas participan en la hoja de ruta de la industria cementera española para la neutralidad climática, que coordina la patronal Oficemen, y que establece objetivos intermedios: reducir un 42% las emisiones por tonelada de cemento para 2030 y un 83% para 2040, con vistas a lograr emisiones netas negativas en 2050.

También exploramos y adoptamos soluciones como el uso de hidrógeno verde como combustible, sistemas avanzados de captura y almacenamiento de CO₂ y electrificación del transporte dentro de plantas y para expediciones.

En cuanto a innovación, ¿qué avances o proyectos de I+D está desarrollando Cementos Portland para adaptarse a las nuevas demandas del mercado?

La compañía cuenta con dos laboratorios propios especializados en cemento, hormigón y mortero, equipados con tecnologías avanzadas de diagnóstico e investigación. Esto permite desarrollar productos innovadores y ofrecer asistencia técnica integral a lo largo de toda la cadena de valor.

En la planta de Mataporquera (Cantabria), Cementos Portland Valderrivas participa en el proyecto europeo CAPTUS (financiado por Horizonte Europa), que busca transformar emisiones de CO₂ industriales

en productos energéticos renovables como ácido fórmico mediante tecnologías avanzadas de captura y valorización.

¿Qué tipología de clientes y proyectos concentra actualmente la mayor parte de la actividad de la compañía?

Concentramos la mayor parte de nuestra actividad en atender a clientes del sector de la construcción e infraestructu-

ras, como constructoras, promotoras inmobiliarias y autoridades públicas. A través de nuestras seis fábricas en España, satisfacemos las demandas de grandes proyectos. Por ejemplo, en la planta en Alcalá de Guadaíra (Sevilla) hemos suministrado cemento para obras como la nueva dársena del Puerto de Sevilla y la presa de La Breña II.

Además, ofrecemos productos derivados como hormigón, mortero y áridos, reforzando nuestra presencia en obras civiles, urbanización, construcción industrial y rehabilitación.

“La sostenibilidad no es una opción, es una exigencia que defendemos desde la fábrica”

De cara al futuro, ¿cuáles son los principales retos y objetivos estratégicos que se plantea la empresa en Andalucía y en el conjunto del mercado español?

Nuestra prioridad es la expansión y consolidación en Andalucía, manteniendo y mejorando nuestros estándares de sostenibilidad y eficiencia energética.

Portland Valderrivas ya reforzó su presencia regional en diciembre de 2022 con la adquisición del negocio de Intermon, que incluyó una molinera de cemento, dos plantas de hormigón en Cádiz y una terminal en el Puerto de Almería. Esta operación busca potenciar la distribución local y avanzar en su objetivo de reducir la huella de carbono en sus productos cementeros.

También lanzamos una cabina para monitorizar la calidad del aire en su fábrica de Alcalá de Guadaíra, integrándola en la red oficial de Andalucía. Esta acción refuerza su compromiso con la salud ambiental y comunitaria, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Y desde hace años, trabajamos en la valorización de residuos y la sustitución de materias primas por alternativas, optimizando recursos y reduciendo emisiones en todas nuestras plantas, incluida la de Alcalá de Guadaíra, para incrementar la sostenibilidad y la eficiencia energética en nuestras operaciones. Con todas estas medidas, confiamos en reforzar nuestro papel como referentes del sector, aspirando a un liderazgo basado en la innovación, la eficiencia y la sostenibilidad.



ENTREVISTA

GUILLERMO PÉREZ ABOY
DIRECTOR GENERAL DE STABILIT

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Guillermo, el año pasado tuvimos ocasión de entrevistar a su predecesor, Sergio Anguiano Lugo. Ahora, con su incorporación como director general, ¿qué continuidad y qué cambios quiere imprimir a la estrategia de Stabilit en España?

Nuestra prioridad sigue siendo el cliente: acompañarlo con soluciones que combinan calidad industrial, seguridad y compromiso medioambiental. Esa es la base sobre la que hemos crecido en Córdoba y desde donde queremos seguir construyendo futuro.

La evolución viene por dos vías. La primera, una especialización progresiva de la planta de Córdoba, que nos permite ser más eficientes, flexibles y competitivos en toda la Península. La segunda, el impulso de nuestra “fotosíntesis europea”: un modelo en el que las distintas operaciones y filiales se retroalimentan, compartiendo fortalezas y generando sinergias que refuerzan a España y, al mismo tiempo, permiten que desde Córdoba irradiemos valor al resto de Europa.

Además, este planteamiento se apoya en un sector de la construcción que sigue siendo motor económico en España, con un peso de alrededor del 7 % del PIB y un crecimiento previsto superior al de la economía general. Este contexto confirma que estamos trabajando en un sector estratégico, con recorrido para sostener nuestro plan de especialización y expansión.

Stabilit es un referente en soluciones constructivas. ¿Cuál es actualmente el peso del mercado de la construcción en la actividad de la compañía y cómo está evolucionando?

El mercado de la construcción es nuestro core business. La construcción aporta en torno al 5-7 % del PIB y sigue generando empleo —más de 1,4 millones de puestos en 2025, un 4 % más que el año anterior—.

Además de la obra nueva, la rehabilitación y la reforma se han convertido en un motor clave, impulsadas por los programas de eficiencia energética y la renovación del parque edificado. Esto abre una oportunidad adicional para soluciones ligeras, eficientes y sostenibles, plenamente alineadas con nuestra propuesta de valor.

Esto nos permite enfocar la estrategia no solo en volumen, sino en calidad de soluciones: proyectos industriales y logísticos de nueva generación, rehabilitación energética de edificios y sistemas completos que reducen tiempos y riesgos en obra.

El sector atraviesa un proceso de transformación marcado por la sostenibilidad y la eficiencia. ¿Qué papel juega Stabilit en este contexto y qué valor añadido ofrece al mercado?

La construcción es responsable de una parte significativa del consumo energético y de las emisiones; por eso la sostenibilidad no es para nosotros un complemento, sino un eje estratégico.

Nuestra aportación se da en tres planos: productos sostenibles, reciclados y reciclables, con larga vida útil; procesos industriales optimizados, reduciendo consumos especí-



Guillermo Pérez Aboy: “La sostenibilidad no es un complemento, es el eje estratégico de Stabilit”

ficos de energía y apostando por la circularidad; y soluciones constructivas eficientes, que permiten mejorar el aislamiento, reducir consumo de climatización y aprovechar más la luz natural.

Así contribuimos a los objetivos climáticos europeos y a la competitividad de nuestros clientes en un mercado cada vez más exigente.

La innovación tecnológica se ha convertido en un factor diferencial en la construcción. ¿Qué novedades o desarrollos recientes está impulsando la empresa en este ámbito?

Nuestra innovación parte de lo que sabemos hacer mejor en Córdoba y de cómo evolucionamos nuestras líneas. Hemos optimizado la extrusión en panel alveolar multicámara y sistemas, con mejoras en formulaciones y procesos que aportan mayor durabilidad y mejor comportamiento frente a la radiación solar. También hemos desa-

rollado soluciones integradas desde fábrica, combinando paneles y accesorios que facilitan el montaje y reducen tiempos de instalación para el cliente. Además, avanzamos en la digitalización de la oferta, con herramientas que permiten un soporte técnico más ágil, un dimensionamiento más preciso de pedidos y un mejor acompañamiento a arquitectos e ingenierías desde fases tempranas del proyecto.

Con ello buscamos no solo lanzar nuevos productos, sino también ganar eficiencia interna y reforzar el servicio, alineando la innovación con la especialización de la planta de Córdoba.

Stabilit cuenta con una amplia presencia internacional. ¿Cómo influye esa dimensión global en la estrategia y en la forma de competir en el mercado español?

La planta de Córdoba es nuestro centro de especialización y referencia en España. Su impacto se amplifica gracias a la dimensión

internacional del grupo: exportamos al centro de Europa y, al mismo tiempo, recibimos conocimiento, prácticas industriales y soporte comercial desde nuestra matriz en México.

Este intercambio constante es nuestra fotosíntesis europea: un ecosistema en el que cada operación refuerza a la otra. La innovación que desarrollamos en Córdoba se nutre de la experiencia internacional y, a su vez, nuestras capacidades industriales aportan valor al conjunto del grupo.

En términos de clientes y proyectos, ¿qué sectores de la construcción demandan más sus soluciones y cómo se adaptan a sus diferentes necesidades?

Los sectores más dinámicos en España son el industrial-logístico, agroalimentario y retail, además de la rehabilitación energética en edificios públicos y privados. El crecimiento previsto del sector, en torno al 3,5 % en 2025, refuerza la necesidad de ser ágiles y flexibles.

Nuestra respuesta combina producción para stock en Córdoba, para productos de alta rotación con plazos fiables, y producción a medida para proyectos específicos que requieren soluciones personalizadas.

Este modelo dual nos permite trasladar al mercado las mejoras de innovación: mayor durabilidad, sistemas más fáciles de instalar y un servicio técnico más cercano.

El año pasado hablábamos de ahorro energético. Más allá de esa línea de trabajo, ¿qué otras áreas considera prioritarias para consolidar la posición de Stabilit en los próximos años?

El ahorro energético sigue siendo un eje central, pero añadimos cuatro prioridades estratégicas. La primera, la utilización de capacidad y especialización fabril, para mejorar costes unitarios. La segunda, la fiabilidad en el servicio, con plazos de entrega ajustados a lo que el cliente necesita, sean instaladores, distribuidores o proyectistas.

La tercera es la flexibilidad operativa, para absorber picos de demanda en un sector que crece por encima del PIB. Y la cuarta, el crecimiento rentable, invirtiendo en nichos de mayor valor añadido.

Todas estas prioridades están directamente vinculadas con nuestra capacidad de innovar en Córdoba y convertir esas mejoras internas en más valor para el cliente.

Mirando al futuro, ¿cuáles son los principales retos y objetivos que se marca como director general para fortalecer la presencia de Stabilit en Andalucía y en el conjunto del país?

Nuestro gran reto en Andalucía es consolidar Córdoba como un hub industrial y de servicio, reforzando la conexión con el cliente y ampliando la prescripción en colaboración con nuestra red de clientes distribuidores, para estar presentes desde la fase de proyecto hasta la instalación en obra.

A nivel nacional, los objetivos son claros: ganar cuota en proyectos de valor añadido, especialmente en logística, agroalimentario e infraestructuras; mejorar la experiencia de cliente mediante logística capilar y soporte técnico; potenciar herramientas digitales y formación, acercándonos más a arquitectos e ingenierías; y mantener una estructura competitiva y sostenible, que nos permita invertir de manera continuada en innovación y en la creación de empleo.

Así consolidamos la visión de Córdoba como motor de especialización e innovación, y reforzamos la fotosíntesis europea que hace de Stabilit un actor diferencial en el mercado.





Rosa Villaseca: “El diseño es nuestro sello distintivo como promotora boutique”

ENTREVISTA

ROSA VILLASECA
DIRECTORA DEL ÁREA CLIENTE
Y PROJECT MANAGER
DE GRUPO ABU

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Grupo Abu ha crecido de manera notable en los últimos años. ¿Cómo ha sido la evolución de la compañía hasta consolidarse como un referente en el sector de la construcción?

Encantada de poder dar a conocer nuestra compañía. Grupo Abu comenzó en Sevilla como una empresa de promoción de origen 100% sevillano, fundada por nuestro presidente Jesús Vera. Nació como un proyecto pequeño, pero ha ido creciendo de forma sostenida desde 2008.

El secreto ha estado en elegir ubicaciones emblemáticas y con un valor añadido. Siempre hemos apostado por suelos que tuvieran algo especial, ya fuera por su localización, por su historia o por su posición estratégica dentro de la ciudad. Así, lo que empezó circunscrito a Sevilla capital fue expandiéndose al Aljarafe, Cádiz, Huelva, Málaga —donde actualmente tenemos una fuerte presencia— y más recientemente a plazas como Madrid o San Sebastián. En breve también llegaremos a Valencia.

Todo este recorrido se ha hecho con cuidado, estrategia y una visión muy meditada, que creo que es una de las claves de nuestro éxito.

¿Qué diferencia a Grupo Abu de otras compañías del sector?

Creo que nuestro gran valor diferencial es el cariño por el detalle. En un sector que tiende al volumen y a la producción masiva de viviendas, a veces se sacrifica el diseño o la personalización. Nosotros hemos elegido el camino contrario.

En Grupo Abu pensamos cada promoción en función del lugar donde se ubica: no es lo mismo construir en Cádiz que en San Sebastián. Además, escuchamos al cliente y personalizamos las viviendas según sus necesidades. Esa flexibilidad y ese trato cercano son parte esencial de nuestra identidad como promotora boutique.

La digitalización y la innovación están transformando la construcción, ¿qué avances ha incorporado la empresa en este ámbito?

La digitalización ha crecido enormemente dentro de la compañía en los últimos años. Hemos implantado procedimientos internos muy modernos, sistemas de gestión de clientes, de personalización de viviendas y de reporte a los socios.



Ahora estamos implementando un sistema pionero de reporte que permitirá a inversores y clientes tener información prácticamente en tiempo real sobre la evolución de cada proyecto.

En obra también estamos apostando por la digitalización del control de costes y producción, porque solo con tecnología se puede ser realmente eficiente y preciso.

En cuanto a innovación, siempre hemos intentado ir un paso por delante, especialmente en el uso de nuevos materiales para fachadas. Ya estamos trabajando con siste-

mas prefabricados e industrializados, y estudiamos cómo extender esa industrialización también al interior de las viviendas. La razón es clara: la mano de obra cualificada escasea cada vez más. Los jóvenes no se sienten atraídos por la construcción, a pesar de que es un sector con salarios competitivos y mucho futuro. Ante esta realidad, la industrialización es imprescindible.

La sostenibilidad es ya una exigencia en cualquier proyecto. ¿Qué medidas impulsa Grupo Abu para reducir el impacto ambiental?

Hace años que en Grupo Abu apostamos por soluciones eficientes: sistemas de climatización de bajo consumo, aerotermia, placas solares para zonas comunes o el estudio de sistemas de reciclaje de aguas grises en grandes proyectos.

Este último aspecto es especialmente importante: hablamos de reciclar el agua procedente de duchas

o lavabos para reutilizarla en riego o cisternas, lo que supone un ahorro enorme en contextos de sequía como el que sufrimos en Andalucía.

En paisajismo también trabajamos con criterios sostenibles. En una de nuestras promociones estrella en Marbella estamos diseñando los jardines con especies autóctonas que requieren poco riego y que resultan visualmente atractivas, olvidándonos de las grandes extensiones de césped que no son viables en nuestro clima.

Se trata, en definitiva, de crear viviendas eficientes y sostenibles, pero también de pensar en el mantenimiento futuro y en el coste que asumirán los propietarios.

¿Qué áreas representan actualmente el mayor peso dentro de la actividad de la compañía?

En Sevilla tenemos proyectos muy importantes en curso, como el de Artillería, y otros de gran volumen que comenzarán en breve. En estas zonas trabajamos sobre todo en el ámbito de la primera residencia, ya que existe una fuerte demanda de vivienda.

En la Costa del Sol el perfil cambia: allí el cliente es mayoritariamente internacional, con un gran peso del comprador comunitario, pero también con un creciente interés de estadounidenses. En San Pedro de Alcántara, por ejemplo, tenemos dos promociones de casi cien unidades destinadas principalmente a este perfil.

Eso nos obliga a ser muy flexibles y a dar soporte tanto al cliente nacional —que busca su primera residencia en Sevilla, Cádiz o Huelva— como al internacional, que llega desde Polonia, Estados Unidos o el norte de Europa en busca de su segunda vivienda.

Dentro de la compañía, además, hay tres áreas estratégicas: el área de clientes, que cuidamos con detalle; el área de inversiones, que sustenta cada proyecto con un pool de inversores recurrentes y nuevas empresas andaluzas; y el área técnica de diseño, que constituye nuestro sello distintivo como promotora boutique.

¿Qué objetivos de expansión se marca Grupo Abu en el corto y medio plazo?

Nuestra estrategia es seguir creciendo en las plazas que consideramos más dinámicas. Madrid es un mercado prioritario: muy competitivo, pero con enorme atractivo. El Levante, con Valencia y Alicante, también es un objetivo importante.

El norte de España nos interesa especialmente. En San Sebastián hemos tenido una acogida fantástica y queremos consolidar nuestra presencia en esa zona. Es un mercado diferente, que requiere adaptación, pero con mucho potencial.

Siempre creceremos bajo el mismo modelo: ubicaciones estratégicas, proyectos singulares, sostenibilidad, innovación y un trato cercano con el cliente.

Para terminar, ¿hay algún proyecto o iniciativa que le gustaría destacar?

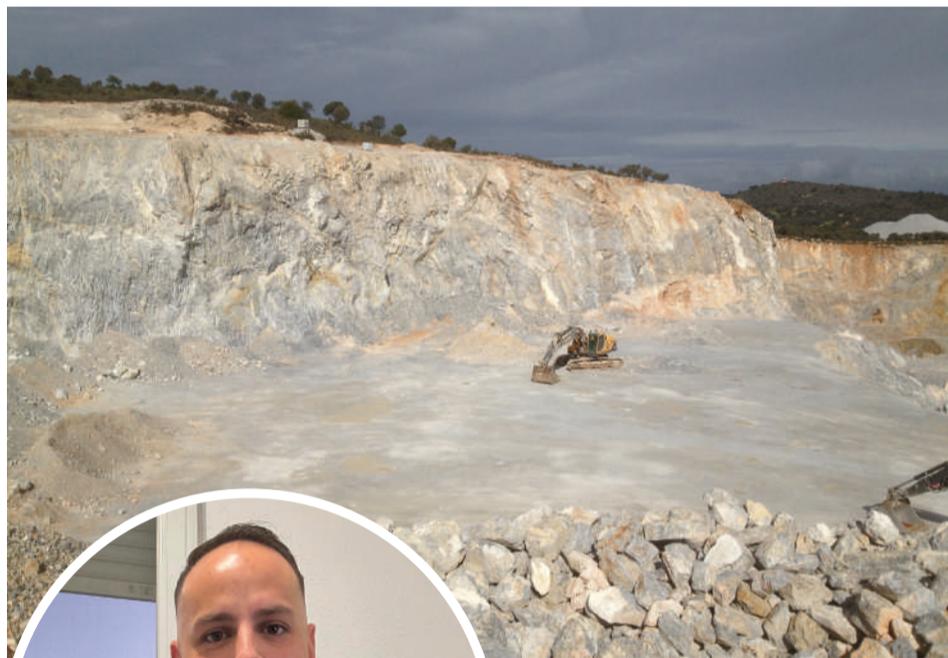
Sí. Quiero aprovechar para invitaros a nuestra tradicional cena benéfica en Sevilla, organizada por la Fundación María Jesús Vera. Este año recaudaremos fondos para la investigación contra el cáncer de mama metastásico, un proyecto puntero de investigación sevillana.

Es un evento solidario, divertido y con un trasfondo maravilloso, porque, desgraciadamente, esta enfermedad nos toca a todos de una forma u otra. Desde nuestra web cualquier persona puede sumarse a esta causa.





Mario Guerrero: “La sostenibilidad no es solo un requisito, es un eje central en nuestro trabajo diario”



ENTREVISTA

MARIO GUERRERO
GERENTE DE ÁRIDOS HERMANOS
GUERRERO SA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El año pasado tuvimos la oportunidad de conocer la actividad de Áridos Hermanos Guerrero en el sector de la minería. En esta ocasión nos gustaría centrarnos en su papel en la construcción. ¿Qué importancia tiene este sector dentro de la actividad global de la empresa?

El sector de la construcción es fundamental para nosotros. Aproximadamente entre el 80 y el 85% de nuestra facturación procede de este ámbito, lo que lo convierte en la parte más relevante de nuestra actividad. A lo largo de los años hemos visto cómo se consolidaba como nuestro principal mercado y hoy podemos afirmar que es el motor que sostiene la empresa.

Efectivamente, casi todos sus clientes provienen del sector de la construcción. ¿Cómo ha evolucionado esta relación y qué tipo de proyectos suelen demandar sus productos?

Nuestros productos se destinan principalmente a proyectos de infraestructura y edificación. Suministramos materiales para carreteras, asfaltos y todas las capas necesarias en las vías de circulación. También participamos en la fabricación de hormigón, aglomerado y subproductos como pavimentos, adoquines o terrazos. En definitiva, ofrecemos una gama de áridos imprescindible para la mayoría de las construcciones, tanto en obra pública como privada. La relación con el sector se ha ido fortaleciendo con el tiempo, acompañando el crecimiento de la construcción en Andalucía y adaptándonos a las demandas de cada momento.

La calidad y la seguridad son aspectos claves en la obra pública y privada. ¿Cómo garantizan ambos valores en los productos que ofrecen al sector de la construcción?

En lo que respecta a la calidad, nuestros productos están sometidos a exámenes y controles periódicos. Realizamos verificaciones tanto a corto plazo, con pruebas regulares que aseguran la consistencia del material, como a largo plazo, con análisis más específicos que garantizan que siempre se cumplan los están-

dares establecidos por la normativa del sector.

En cuanto a la seguridad, la empresa cuenta con un plan propio que se aplica en todas nuestras instalaciones y procesos, además de las medidas adicionales que se adoptan en coordinación con las empresas contratistas en cada obra. De este modo, podemos garantizar que nuestros productos cumplen con las exigencias de seguridad necesarias y que nuestros trabajadores desempeñan su labor en entornos controlados y protegidos.

La sostenibilidad está transformando también la forma de producir y de construir. ¿Qué medidas han implementado para reducir el impacto ambiental y adaptarse a las nuevas exigencias del sector?

Uno de nuestros proyectos más relevantes en materia de sostenibilidad es la planta de gestión de RCD (Residuos de Construcción y Demolición). Esta instalación nos permite reciclar materiales que de otro modo serían desechados, como hormigón, asfalto, tejas o ladrillos, y convertirlos en áridos reciclados que se reincorporan al mercado.

Este proceso supone una reducción significativa de la extracción directa en cantera, lo que disminuye el impacto ambiental de nuestra actividad y alarga su vida útil. Además, los áridos reciclados mantienen los niveles de calidad necesarios para ser utilizados en nuevos proyectos, garantizando así un ciclo circular en el uso de los materiales de construcción. Para nosotros, este aspecto es ya una parte esencial de nuestra estrategia y nos ha permitido posicionarnos como una empresa comprometida con el futuro del sector.



El contexto económico y normativo ha supuesto cambios importantes en los últimos años. ¿Cómo han influido estas exigencias en su relación con las constructoras y en la planificación de su actividad?

El marco normativo es cada vez más cambiante y obliga a las empresas a estar en constante actualización. Antes, las leyes y decretos podían mantenerse durante años sin apenas modificaciones, pero hoy las exigencias evolucionan con mucha más rapidez. Esto se debe, en gran medida, a la propia dinámica del sector, que cada vez demanda más soluciones sostenibles y eficientes.

En nuestro caso, este escenario nos obliga a estar permanentemente atentos para adaptarnos a los nuevos requisitos. Es un esfuerzo continuo, pero también una oportunidad para modernizar la empresa y reforzar la confianza de nuestros clientes.

¿Podría compartir con nosotros algún proyecto relevante en el que Áridos Hermanos Guerrero haya tenido un papel destacado dentro del sector de la construcción?

Son muchos los proyectos en los que hemos participado. Como, por ejemplo: la carretera GR-43, la adecuación tras las tormentas del año pasado en la A-92, adecuación del polígono de Escúzar y construcciones de servicios auxiliares del acelerador de partículas, plataformas logísticas de Lidl y Amazon. Además de en la provincia de Granada, estamos muy presentes en las comarcas de La Axarquía, Valle del Guadalhorce y Málaga.

La ubicación de nuestras canteras, situadas en distintos puntos de la provincia, nos da la ventaja de estar cerca de estas áreas estratégicas y poder abastecer de forma ágil a constructoras y promotoras. Esta proximidad nos ha permitido consolidar nuestra presencia en proyectos tanto de infraestructura viaria como de edificación en estas provincias andaluzas.

De cara al futuro, ¿cuáles son los principales retos y oportunidades que identifican en el ámbito de la construcción y cómo se están preparando para afrontarlos?

Los retos principales son, sin duda, la adaptación a una normativa que cambia cada vez con más rapidez y la digitalización de los procesos. La construcción es un sector que tradicionalmente ha estado menos avanzado en materia de digitalización en comparación con otros ámbitos industriales. Sin embargo, la transformación tecnológica es ya ineludible.

En nuestro caso estamos trabajando en digitalizar todos los procesos productivos. Esto no solo nos permitirá ser más eficientes, sino también responder mejor a los requerimientos de trazabilidad, sostenibilidad y control de calidad que nos exige el mercado. La velocidad con la que avanza la digitalización nos obliga a ponernos al día lo antes posible, pero también abre una oportunidad para mejorar la competitividad y modernizar la gestión de la empresa.

¿Desea añadir algo más para nuestros lectores?

Simplemente agradecer la oportunidad de dar a conocer la actividad de Áridos Hermanos Guerrero. Para nosotros, la construcción es un sector clave y estamos orgullosos de contribuir con nuestros productos a proyectos que ayudan al desarrollo económico y social de Andalucía. Nuestro compromiso es seguir avanzando en calidad, sostenibilidad e innovación para estar a la altura de las necesidades presentes y futuras del sector.



Roberto Arnau: “Cooking Surface revoluciona la cocina con la primera inducción totalmente invisible sobre porcelánico sostenible”

ENTREVISTA

ROBERTO ARNAU
DIRECTOR COMERCIAL
Y SOCIO DE COOKING
SURFACE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cuál fue el momento exacto que les hizo pensar que la invisibilidad total de una encimera de inducción era posible y cómo fue ese proceso de llevar la idea del sueño a la realidad?

Venimos de una larga trayectoria en el mundo de las encimeras de cocina. Yo llevo más de 23 años en el sector, y mi socio incluso lo hereda de su abuelo, que ya se dedicaba a ello. Durante este tiempo los materiales han ido cambiando: primero se utilizaba granito, luego cuarzo y, más recientemente, porcelánico en gran formato.

Siempre hemos sabido de la importancia de ir por delante del mercado y sabíamos que el porcelánico iba a masificarse en la oferta de encimeras. En ese contexto, mi socio, Nacho Rodríguez, planteó la idea de desarrollar una inducción invisible, necesitábamos ser diferentes y, un día que estaba en la fábrica, vió una inducción rota, sin cristal y tuvo la idea.

Empezamos haciendo pruebas internas con un ingeniero de la fábrica, más tarde contratamos a un ingeniero externo y desarrollamos un sistema capaz de trabajar sobre superficies porcelánicas. En 2017 solicitamos una patente para el uso de inducción sobre porcelánico, que se nos concedió tras un año y



medio, y a partir de ahí comenzamos la fabricación en serie. Ese fue el inicio de Cooking Surface.

Cooking Surface es un desarrollo único. ¿Cómo lograron esa integración sin juntas y qué desafíos técnicos tuvieron para reducir el tiempo de instalación?

Desde el principio teníamos dos premisas: que el producto fuera de fácil instalación y que tuviera un precio asequible. Si lanzábamos algo muy complejo o demasiado caro, el mercado podía rechazarlo.

El reto técnico más grande fue conseguir que la máquina calentara a la misma velocidad que una placa de cristal convencional, pero traspasando un porcelánico de 20 milímetros de espesor. Fue un proceso de investigación y desarrollo largo, pero logramos un sistema que iguala los tiempos y el consumo de una placa de cristal tradicional, con un diseño totalmente integrado.

En cuanto a la instalación, hemos logrado simplificarla de tal

forma que se completa en apenas unos minutos, lo que representa un ahorro enorme para profesionales y clientes.

Mencionan que la satisfacción del cliente, la calidad y la innovación son pilares de la empresa. ¿Cómo se manifiestan esos valores en el día a día, desde el diseño inicial hasta la atención postventa?

Cuando lanzamos la primera inducción en 2018 éramos nuevos en el mundo del electrodoméstico. Al principio confiamos la instalación a marmolistas y tiendas de cocina, pero vimos que surgían incidencias porque no conocían a fondo el producto. Aprendimos de esa experiencia y decidimos crear una red de servicios técnicos propios.

Actualmente, tenemos el servicio técnico centralizado en Valencia para la coordinación nacional, donde cada incidencia se gestiona de forma individual. Damos una garantía de cinco años, dos más de lo exigido por ley, como compromiso

de calidad con nuestros clientes.

Queríamos preguntarle también por los materiales ecológicos, en particular Abkstone, que utilizan en sus productos.

Efectivamente, nuestro sistema combina dos elementos: la inducción de Cooking Surface y la encimera porcelánica de Abkstone, fabricada en Módena (Italia). Ambas forman parte del mismo grupo, lo que nos diferencia claramente de la competencia. Si un fabricante produce la inducción y otro diferente el porcelánico, es cuando surgen problemas porque se genera un cruce de responsabilidades. Nosotros, en cambio, controlamos todo el proceso.

El porcelánico Abkstone es ecológico y reciclable. En su fabricación se emplea lo que denominamos “ecobody”, donde alrededor de un 40% de los materiales son reciclados, y el proceso es sometido a estrictos controles de emisiones de CO₂. En cuanto a la inducción, es la

tecnología más eficiente que existe para cocinar, ya que permite preparar alimentos en menos tiempo y con menor consumo energético. Adaptamos ese sistema a la superficie porcelánica, combinando sostenibilidad y diseño.

La fusión de materiales y tecnología lleva a pensar en sostenibilidad. ¿Cómo se adentran en esa línea de trabajo?

La sostenibilidad está en el ADN de nuestra propuesta. Apostamos por materiales reciclables y procesos de fabricación ecoeficientes, y fomentamos el uso de la inducción, que es el sistema más eficiente del mercado actualmente.

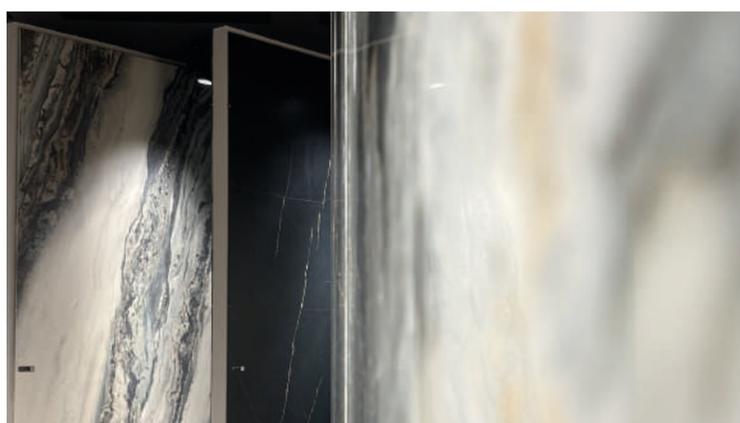
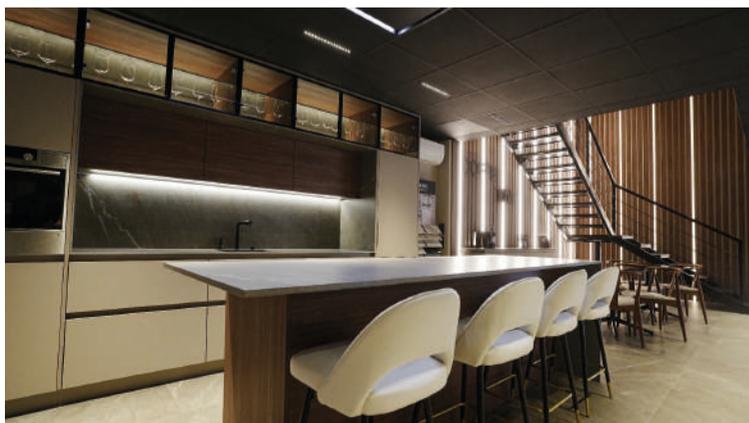
Además, entendemos la sostenibilidad como un conjunto: desde el diseño del producto, que busca ser duradero y eficiente, hasta la optimización energética en su uso diario. Queremos que cada cocina equipada con nuestro sistema no solo sea más estética y moderna, sino también más responsable con el medio ambiente.

Y ya para finalizar, siendo un producto tan único, ¿qué planes tienen para el futuro en términos de expansión e innovación?

Nuestro próximo gran lanzamiento será a final de año, cuando presentaremos un modelo nuevo de placa, que supondrá un gran salto tecnológico, no solo en comparación con nuestras placas actuales sino con todo el sector. La presentación será en el Colegio de Arquitectos de Madrid con un plan de lanzamiento a la altura de la innovación presentada.

El gran reto es lograr que cada vez más las cocinas incorporen el sistema de inducción invisible, porque todavía existe desconfianza: es un sistema innovador, estéticamente impactante, pero muchos clientes no conocen a nadie que lo tenga instalado en casa.

Por eso organizamos demostraciones y showcookings, son la mejor herramienta para convencer al consumidor. No somos tan grandes como las multinacionales del sector y no podemos competir en publicidad masiva, pero confiamos en el boca a boca y en la experiencia del cliente para seguir creciendo, porque al final, lo que nos hace crecer no es solo la tecnología, sino la confianza y el entusiasmo de quienes deciden apostar por lo diferente.



Raquel Algeciras: “Todo Pintura, más de 40 años innovando en asesoramiento, calidad y soluciones técnicas en Andalucía”



ENTREVISTA

RAQUEL ALGECIRAS
CEO TODO PINTURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo nació Todo Pintura y cuál ha sido su recorrido hasta hoy?

Todo Pintura comenzó su andadura en junio de 1981, en un pequeño local de 40 metros cuadrados, y al frente su fundador, José Algeciras Naranjo. A día de hoy, las superficies de sus instalaciones suman más de 4000 metros cuadrados y cuenta con una plantilla de más de 50 profesionales.

Es un referente en Sevilla y Huelva, pero a través de la red comercial llega también al resto de provincias de Andalucía occidental. Es una empresa familiar con los cimientos puestos en la mejora constante del servicio al cliente como premisa, seguido de la formación de todo su personal y una excelente relación calidad-precio en todos los terrenos que abarca.

¿Qué servicios principales ofrecen y a qué tipo de clientes van dirigidos?

Aunque tenemos todo tipo de clientes la diferenciación principal de Todo Pintura en el sector, es el trabajo realizado por su ya experimentado Departamento Técnico. El trabajo codo con codo, con las direcciones de obra, profesionales

de la pintura, etc... hace que cada día se demande más los servicios de sus técnicos y se siga consolidando el prestigio de Todo Pintura, siendo referente en el sector en Asesoramiento y empresa especializada en pinturas. Consultas de toda España llegan a través de su Web a este Departamento Técnico. Es una herramienta de consulta que usan ya muchos técnicos, departamentotecnico@todopintura.es.

De cara sobre todo al particular, hoy en día que tanta pintura se vende en grandes establecimientos sin asesoramiento alguno, cualquier cliente que se acerca a una de nuestras tiendas sale siempre gratificado por el asesoramiento, servicio y oferta de calidades-precios con los que se trabaja.

Los nuevos servicios son la venta telefónica, la tienda online

www.todopintura.es, e incluso hemos innovado en el sector con el desplazamiento de nuestros técnicos al domicilio del cliente que así lo solicite para analizar de primera mano las necesidades que tiene y poder dar la mejor respuesta a ella. Pudiendo cerrar la venta sin necesidad de desplazamiento.

En un sector tan amplio como la construcción, ¿qué papel juega una empresa especializada en pintura y acabados?

Nuestra principal baza son los informes técnicos de prescripción que realiza Todo Pintura, muy válidos en obra nueva, pero casi imprescindibles ya en rehabilitaciones. Son una garantía del trabajo a realizar por los profesionales de la pintura, tanto para ellos como para la propiedad.



En el sector que nos ocupa, no hace mucho que vivimos una gran expansión en la que la obra nueva abarcaba casi la totalidad de nuestra atención, mientras que ahora es la rehabilitación la que está asomando la cabeza poco a poco y es aquí, donde son demandadas las garantías en un 95%.

Todo Pintura, realiza el informe técnico de prescripción, el material se suministra bien a la propiedad o a la empresa a la que se le ha adjudicado el trabajo, y se lleva un seguimiento de los pasos prescritos redactándose al término de la obra la garantía correspondiente. Según el producto utilizado las garantías van de 3 a 25 años. La tendencia de estos procesos, es que cada día se le da mayor importancia a los tratamientos de fachadas, que tengan una mayor duración en el tiempo, que tengan un fácil mantenimiento.

¿Cuál diría que es la seña de identidad que distingue a Todo Pintura de otras empresas del sector?

Podemos presumir que somos referentes en el asesoramiento no solo de clientes particulares, sino de ingenieros, arquitectos, administradores y sobre todo profesionales del sector.

Estamos viviendo el desarrollo de nuevas tecnologías, y desde nuestra fábrica estamos apostando grandemente por ello desde el departamento de I+D. Todo nuevo desarrollo lleva consigo la formación de nuestra gente por lo que pode-

mos asegurar que nuestro equipo está altamente preparado para dar respuesta a cualquier necesidad que surja en nuestro campo.

¿Cómo afrontan la formación y la especialización de su equipo humano en un oficio tan artesanal?

Hay que tener en cuenta que Todo Pintura no es una empresa aplicadora, pero asesoramos a las empresas que sí lo hacen, por esto, invertimos en la formación continua de nuestro equipo con un enfoque práctico y cercano al oficio.

También organizamos talleres presenciales para pintores profesionales, donde se profundiza en técnicas de aplicación, preparación de superficies, manejo de productos especializados y solución de problemas reales (como la humedad, el soporte o el acabado).

Por otro lado, es un error pensar que este oficio es “Artesanal” hoy día. Una empresa de aplicación es mucho más que eso. Son o deben ser empresas preparadas, formadas, especialistas y con gran cantidad de medios humanos y mecánicos dentro de cualquier especialización (fachadas, pavimentos, cubiertas, industria). La pintura ha dejado de ser artesanal de forma general.

A partir de aquí, hay que estar al día de novedades, sistemas, productos, etc. y transmitírselos a los profesionales, lógicamente para ello somos nosotros los primeros que debemos estar formados. Hoy día las normativas que invaden nuestro sector son cada día más exigentes y todo ello se traduce en aplicarlas al trabajo del día a día.

¿Qué retos encuentran actualmente en el sector de la pintura y los acabados en Andalucía?

El principal reto que tenemos es llegar a hacer comprender que en pintura no vale todo.

Cualquiera puede pintar, pero no por ello lo convierte en un profesional de la pintura. Con ellos nos encontramos que adolece de la información suficiente para poder distinguir las patologías a las que se enfrenta y por tanto saber qué sistema o producto es el idóneo a aplicar en cada caso.

Hay calidades y soluciones de muchos precios y en Todo Pintura las tenemos, pero nunca debemos de buscar la solución en el precio, ya que a la larga sale caro. Por ejemplo en una comunidad de vecinos es importante saber comparar los diversos presupuestos que se les presentan. Muchas veces ante el desconocimiento de los procesos que se deben seguir es muy difícil equiparar un presupuesto a otro.

Para nosotros es primordial que se cuente con un informe previo del trabajo necesario a realizar para que las empresas que presupuesten sepan ya a priori el trabajo que tienen que realizar y con qué calidades para poder ofrecer garantías del trabajo ejecutado.



ENTREVISTA

FRANCISCO PRIETO

PRESIDENTE DE LA
AGRUPACIÓN DE
INMOBILIARIAS
ALIANZA SEVILLA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Para empezar, Francisco, nos gustaría conocerlos mejor, ¿cómo y con qué objetivo nació esta agrupación de inmobiliarias?

La agrupación nace como respuesta a la crisis inmobiliaria de 2006 y 2007. En aquel momento un grupo de profesionales decidió importar a Sevilla el modelo MLS estadounidense, nacido en 1929, que consiste en compartir información de oferta y demanda para dar salida al mercado.

Seis personas se unieron entonces para traer esta idea a Sevilla, algo casi impensable en una época en la que reinaba la competencia feroz y la falta de colaboración entre agencias. El objetivo fue sembrar una nueva cultura basada en la cooperación, compartiendo bases de datos de inmuebles y de clientes, y formando una piña profesional que ayudara a afrontar una triple crisis: la de la construcción, la financiera y la inmobiliaria.

Ese espíritu de colaboración fue la semilla de lo que hoy es Alianza Sevilla.

¿Qué papel desempeña hoy en día la agrupación dentro del sector inmobiliario sevillano y qué servicios ofrecen a los asociados?

Desde aquellos seis socios fundadores hemos crecido de manera exponencial. El papel que jugamos hoy es doble: por un lado, marcar unas bases éticas y mínimas de profesionalidad a quienes forman parte de la agrupación; por otro, ofrecer servicios y herramientas que eleven el estándar de calidad en la atención al cliente.

El sector inmobiliario en España no está regulado: cualquiera puede ponerse una corbata y ejercer como agente. Ante esa carencia, Alianza Sevilla se ha dotado de un código ético propio y de un marco de autorregulación para garantizar que nuestros asociados cumplen criterios exigentes. Buscamos profesionalizar la actividad, asegurar que se respeten todas las normativas y aportar credibilidad al sector.

En cuanto a servicios, ofrecemos mucho más de lo que puede dar una agencia de barrio al uso: reportajes fotográficos profesionales, vuelos con dron, *home staging* (tanto virtual como físico), gestión energética gratuita, decoración de interiores, asesoramiento jurídico especializado, trámites fiscales,



Francisco Prieto: “Una agencia inmobiliaria es un servicio de confianza”



gestión de herencias y transmisiones inmobiliarias, entre otros. Es un acompañamiento integral que cada empresa adapta a su tipo de cliente, pero siempre bajo una base común de formación constante.

Dedicamos muchos recursos a la capacitación legal y jurídica, lo que permite a los asociados asesorar con solvencia a clientes que llegan con dudas sobre impuestos, herencias, divorcios o liquidaciones. No es lo mismo un comercial que un asesor inmobiliario: este último debe ser un profesional multidisciplinar, con conocimientos en derecho, urbanismo, fiscalidad e incluso en gestión emocional, porque a menudo nos enfrentamos a situa-

ciones vitales complejas.

Actualmente, ¿cuántas inmobiliarias forman parte de Alianza y qué representa esta unión también para el mercado?

Hoy representamos aproximadamente el 17% del mercado inmobiliario de Sevilla. Somos unas 64 empresas y cerca de 90 oficinas, ya que muchas firmas tienen varias sedes. Nuestro objetivo es ser un actor representativo y fiable dentro del sector, siempre en beneficio del consumidor.

La pertenencia a la agrupación no es automática: exigimos criterios estrictos como el cumplimiento de la normativa de blanqueo de capitales, la acreditación de solvencia y la adhesión a nuestro código ético. Filtramos con cuidado qué empresas pueden entrar, porque la unión debe ser garantía de confianza.

Lo que representamos, en definitiva, es un cambio en la percepción del consumidor. Queremos que la gente entienda que acudir a una agencia inmobiliaria profesional es positivo, del mismo modo que se acude a un abogado o a un médico. En Estados Unidos, ser agente inmobiliario es la segun-

da profesión mejor valorada; en España aún arrastramos prejuicios, pero queremos contribuir a dignificar el oficio y a que se valore como un servicio esencial.

¿Qué tendencias observa en el mercado inmobiliario de Sevilla en estos momentos?

Vivimos una crisis habitacional clara: la demanda de vivienda está disparada y la oferta es escasa. Las administraciones públicas, independientemente del color político, no han hecho su trabajo en la construcción de vivienda social. Esto ha provocado que muchas familias no puedan acceder a una casa digna.

A esta situación se suma la inseguridad jurídica derivada de problemas como las ocupaciones ilegales o los llamados “inquilinos morosos profesionales”. Estos procesos se alargan en el tiempo y generan desconfianza. Muchos propietarios optan por cerrar sus viviendas antes que alquilarlas, lo que reduce aún más la oferta disponible.

La consecuencia es obvia: los precios siguen subiendo. Mientras la nómina de las familias pueda sostener la cuota hipotecaria, la tendencia continuará al alza. El freno llegará cuando la capacidad de pago marque un límite.

¿Qué papel debería jugar la colaboración con las administraciones, promotores y otros agentes para el desarrollo inmobiliario en Sevilla?

Debería ser fundamental, porque promotores, constructores e inmobiliarios compartimos un mismo objetivo: dinamizar el mercado de la vivienda. Pero la administración va por otro camino. Se legisla sin consultar a los profesionales y se generan políticas que no benefician ni a compradores ni a vendedores.

Hoy un promotor que compra suelo puede tardar entre cuatro y cinco años en entregar una promoción, cuando ese plazo podría reducirse a la mitad con menos trabas burocráticas. La concesión de licencias es lenta, la inseguridad jurídica desincentiva la inversión y los procedimientos administrativos restan agilidad a un mercado que necesita soluciones urgentes.

Desde Alianza Sevilla proponemos abrir mesas de trabajo en las que participen administraciones, promotores, constructores e inmobiliarios. Queremos poner sobre la mesa soluciones —que tenemos y muchas— para agilizar procesos y dar seguridad jurídica. Solo así lograremos que fluya el mercado, que quien quiera comprar pueda hacerlo y que quien no tenga recursos pueda acceder a una vivienda social real.

¿Qué objetivos o proyectos tiene la agrupación a corto y medio plazo bajo su presidencia?

Nuestro objetivo inmediato es crecer en número de asociados y oficinas, pasando de algo más de 60 empresas a superar las 100 en este periodo. ¿Por qué? Porque cuantos más profesionales adopten nuestros estándares, más fácil será cambiar la percepción del ciudadano sobre el sector.

Trabajamos mucho con referencias y recomendaciones: clientes que quedan satisfechos y nos recomiendan a familiares o amigos. Queremos que esa cadena de confianza siga creciendo y que Sevilla asocie a Alianza con un sello de calidad.

Además, queremos consolidar nuestra labor de formación constante y reforzar la ética profesional como bandera. La mala praxis debe desaparecer: quien no cumpla estándares debe reconducirse hacia la profesionalización o, de lo contrario, quedar fuera del mercado por la propia exigencia del consumidor.

La meta, en definitiva, es dignificar la profesión, consolidar la autorregulación que nos hemos impuesto y elevar la figura del asesor inmobiliario en Sevilla hasta equipararla a la de otros profesionales de confianza. Queremos que la gente sepa que detrás de cada operación hay preparación, rigor, ética y servicio de calidad.



Francisco José Caso: “Hemos crecido consolidándonos con los clientes más relevantes de obra pública en España”

ENTREVISTA

FRANCISCO JOSÉ CASO
CEO INESPRO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Inespro se ha consolidado como una empresa de referencia en el sector. ¿Cómo describiría la trayectoria de la compañía y sus principales hitos en estos años?

La empresa cumple, el año que viene, diez años y se ha desarrollado plenamente en el ámbito de las infraestructuras durante esta década. Cuando comenzamos, el mercado en España estaba atravesando un momento complejo, tras la crisis de la construcción y la ralentización de la obra pública desde 2012. A pesar de estas circunstancias, Inespro supo adaptarse, crecer y evolucionar al ritmo del sector, consolidándose en un mercado exigente.

La compañía fue fundada por dos ingenieros jóvenes, un ingeniero civil y un ingeniero de caminos, que actualmente tienen entre 34 y 35 años. A lo largo de estos diez años, Inespro ha ido estructurando sus operaciones y adaptándose a los cambios del mercado. Mi incorporación como CEO permitió liderar la gestión del grupo de empresas que componen Inespro, todas ellas enfocadas en infraestructuras, con una visión estratégica clara para fortalecer el crecimiento sostenido de la compañía.

¿Cuáles serían los principales hitos en este tiempo?



La empresa inició su actividad realizando trabajos de pequeña envergadura para clientes locales, como ayuntamientos y comunidades autónomas. Con el tiempo, logramos proyectos de mayor relevancia para consejerías de comunidades autónomas, abarcando carreteras, obras hidráulicas y ferrocarriles. Posteriormente, se consolidó la relación con clientes nacionales de gran importancia, entre

ellos el Ministerio de Defensa, el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Transporte, la Dirección General de Carreteras, la Dirección General del Agua y Ferrocarriles Adif.

El principal hito ha sido crecer desde cero en una década marcada por la crisis, logrando posicionarnos con los clientes más relevantes de obra pública en España y estableciendo una reputación de fiabilidad

lidad y capacidad técnica que nos ha permitido asumir proyectos cada vez más complejos.

Efectivamente, y con una pandemia de por medio, habrá sido un desafío aún más imponente, ¿verdad?

Sí, la pandemia representó un desafío adicional que exigió adaptabilidad y creatividad. El trabajo en equipo presencial se interrumpió y tuvimos que implementar herramientas tecnológicas que permitieran mantener la operativa de la empresa en diferido. Aunque fue un momento complicado, esta situación también fomentó la adopción de metodologías digitales y de trabajo deslocalizado, fortaleciendo nuestra estructura organizativa y la eficiencia en la gestión de proyectos.

En esta línea, el sector está en plena transformación, marcado por la digitalización, la innovación y la sostenibilidad. ¿Cómo está respondiendo Inespro a estos cambios?

Inespro ha tenido un carácter innovador desde su creación, debido a la juventud y la visión de sus fundadores. Esto se traduce en la implementación de soluciones técnicas que incorporan nuevos materiales y procesos que permiten proyectos más eficientes, económicos y sostenibles.

La innovación forma parte de nuestra naturaleza, evitando la curva de adaptación que enfrentan las empresas más antiguas. Esto nos ha permitido integrar tecnologías de eficiencia energética, hidráulica y el uso de energías renovables desde la concepción de los proyectos, optimizando los recursos y asegurando un impacto positivo a largo plazo en las obras que realizamos.

La sostenibilidad ya es un pilar esencial. ¿Qué importancia tiene y qué medidas impulsa Inespro en este sentido?

La sostenibilidad se ha convertido en un parámetro fundamental en todas las fases de los proyectos: diseño, redacción, supervisión en obra y project management. En edificación, aplicamos criterios de eficiencia lumínica, uso de energías renovables y optimización de instalaciones hidráulicas y eléctricas.

En obra civil, nos enfocamos especialmente en redes hidráulicas y sistemas de riego, asegurando eficiencia en la ejecución y en el mantenimiento posterior. La sostenibilidad no solo se contempla en la fase de diseño, sino que también impacta en la reducción de costos,

el ahorro energético y la conservación de recursos naturales, elementos esenciales para el desarrollo de infraestructuras modernas y responsables.

Centrémonos en Andalucía. La región vive un momento de dinamismo en obra pública, residencial y rehabilitación. ¿Qué papel juega dentro de sus planes de futuro?

Andalucía es una región clave para nuestra actividad. Es la comunidad más extensa de España y presenta desafíos específicos, como la mejora del transporte y, sobre todo, la gestión hidráulica. El riego y el ahorro de agua son parámetros fundamentales en la planificación de infraestructuras.

Nuestra presencia en Andalucía incluye proyectos con administraciones centrales y con la Junta de Andalucía, así como la participación en asociaciones locales de ingeniería. La previsión es aumentar personal y oficinas en la región, deslocalizando perfiles para dar servicio a toda España desde Andalucía, garantizando eficiencia y proximidad con los clientes.

Con estas iniciativas, ¿cuáles son los grandes retos y objetivos que se marca como CEO para el futuro de Inespro?

Tenemos cuatro pilares estratégicos:

Primero, consolidar una estructura interna clara y definida para todos los trabajadores.

Segundo, mantener una estructura transversal y simple, con mínima burocracia, favoreciendo la comunicación y el acceso entre todos los niveles de la empresa.

Tercero, combinar perfiles jóvenes con talento senior, creando un mix que permita desarrollar capacidades técnicas mientras se asegura la experiencia y conocimiento de proyectos complejos. Aproximadamente entre el 60% y 70% de nuestro personal técnico tiene menos de 35 años, mientras que el resto aporta más de 20 años de experiencia.

Cuarto, la internacionalización de la empresa. Estamos identificando oportunidades concretas en el extranjero, evaluando riesgos y estableciendo una estructura sólida antes de abordar proyectos internacionales en países seleccionados.

Estos pilares combinan consolidación interna, crecimiento en España y expansión internacional, asegurando que Inespro continúe su desarrollo sostenible y competitivo en los próximos años.

Estamos trabajando de manera constante para garantizar que la empresa siga creciendo, incorporando talento, reforzando la innovación y consolidando nuestro posicionamiento tanto en el ámbito nacional como internacional. Creemos que la combinación de experiencia, juventud y visión estratégica nos permitirá afrontar los retos futuros con éxito.





Juan José Medero Feria: “La construcción industrializada es ya el presente: más rápida, sostenible y con soluciones llave en mano”

ENTREVISTA

JUAN JOSÉ MEDERO FERIA
SOCIO Y DIRECTOR DE
OPERACIONES DE MODULYA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
MODULYA se presenta como una alternativa de futuro a la construcción tradicional. ¿Podría explicarnos cómo funciona su modelo de negocio, desde el diseño hasta la entrega, y qué beneficios concretos aporta a sus clientes frente a los métodos de construcción convencionales?

Nuestro modelo de negocio está basado en la construcción industrializada, bajo la filosofía Lean, tanto a nivel de empresa como, fabricación y montaje. La clave es optimizar el proceso desde el inicio hasta la entrega, eliminando desperdicios, y ofreciendo un servicio “llave en mano”. Colaboramos con los promotores desde las primeras ideas y entregamos un producto terminado que puede llegar incluso al amueblamiento completo del edificio.

La ventaja principal de este sistema es la reducción de plazos: podemos acortarlos entre un 50 % y un 60 % dependiendo del proyecto. También permite ajustar costes y garantizar una calidad superior a la de la construcción tradicional, ya que los componentes provienen de fábrica bajo controles estrictos.

Además, al fabricarse en entornos controlados, se reduce la huella de carbono hasta en un 80 % y se incrementa la seguridad de los trabajadores. Todo ello dentro de un marco de eficiencia inspirado en la filosofía Lean, que busca eliminar desperdicios y optimizar tiempos y recursos.

Han mencionado la filosofía Lean como base de su organización. ¿Cómo se aplica en el modelo “llave en mano” y qué papel juega la tecnología?

El Lean Construction, heredado de la metodología industrial de Toyota, está en el corazón de nuestro proceso. Nos permite planificar, organizar y ejecutar todas las fases de manera objetiva, reduciendo tiempos y costes sin comprometer la calidad.

A ello sumamos herramientas tecnológicas como el BIM (Building Information Modeling), programas de diseño, aplicaciones de gestión y, más recientemente, inteligencia artificial aplicada a procesos de fabricación y mantenimiento de edificios. La combinación de Lean y tecnología nos da un control total y convierte el servicio “llave en mano” en una solución fiable y de alta calidad.

El concepto de Sistema abierto de fabricación edificatoria (MODUSS) se menciona como un pilar de su estrategia. ¿Podría detallar en qué consiste



esta “apertura” y cómo permite la personalización y flexibilidad que ofrecen, y de qué manera esto supera las limitaciones de las viviendas prefabricadas convencionales?

El sistema MODUSS es versátil y flexible. No se limita a un modelo modular estandarizado en 3D, sino que permite combinar distintas fases: módulos tridimensionales, paneles 2D como fachadas, o incluso componentes despiezados que se montan in situ. Por ejemplo, los baños pueden llegar totalmente acabados en 3D, mientras que otras partes se ensamblan en obra.

Esa capacidad de combinación ofrece un alto grado de personalización, lo que rompe con la rigidez de la vivienda prefabricada tradicional. MODUSS nos permite adaptarnos a cada proyecto y ofrecer soluciones a medida, manteniendo las ventajas de la construcción industrializada.

La sostenibilidad es un objetivo central de MODULYA, desde el diseño hasta el reciclaje. ¿Cómo se materializa este compromiso en la fase de fabricación o en la selección de materiales, y cómo miden el impacto ambiental de sus proyectos?



La sostenibilidad la aplicamos en varios niveles. En primer lugar, con la selección de materiales: optamos por aquellos de proximidad para reducir la huella de carbono del transporte. También priorizamos materiales sostenibles y procesos de fabricación ecoeficientes.

En segundo lugar, está el diseño. Nuestros edificios no solo cumplen principios de sostenibilidad en su ejecución, sino también en su funcionamiento posterior, generando eficiencia energética y confort para el usuario.

En definitiva, buscamos un enfoque integral que combine diseño, materiales y procesos constructivos sostenibles para reducir el impacto ambiental y cumplir con los estándares más exigentes.

¿Qué factores específicos de su modelo industrializado contribuyen a esta reducción de costes sin comprometer la calidad y la sostenibilidad, y cómo se comparan estos ahorros con los de la construcción tradicional?

Nuestro sistema está especialmente orientado a la vivienda asequible. En Huelva, por ejemplo, hemos trabajado en soluciones para alojamientos de temporeros agrícolas, optimizando costes sin perder calidad.

La reducción de costes se consigue gracias a la economía de escala y a la eficiencia del proceso. Cuanto mayor es el volumen de construcción, más se optimizan los recursos y más se reducen los desperdicios.

No controlamos directamente el precio de los materiales, pero sí podemos influir en el ahorro mediante la optimización

de su uso y la reducción de mermas. De esta forma, logramos un equilibrio entre coste competitivo y calidad constructiva.

Además del sector residencial, están explorando aplicaciones en los sectores sanitario, educativo y terciario. ¿Qué ventajas específicas ofrecen los sistemas industrializados de MODULYA para estos sectores en particular, y qué adaptaciones se requieren para satisfacer sus necesidades únicas?

El sistema se adapta muy bien a usos sanitarios, educativos y sociosanitarios. Son edificios que requieren espacios amplios, funcionales y en muchos casos estandarizados, pero sin renunciar a la personalización.

Hemos desarrollado, por ejemplo, un sistema específico para residencias de personas mayores, Moduss Senior Living, diseñado en función de las necesidades reales de estos centros. Lo mismo ocurre con colegios u oficinas: nuestros módulos permiten responder con rapidez y calidad a proyectos donde los tiempos y la funcionalidad son esenciales.

La adaptabilidad del diseño hace que la construcción industrializada sea especialmente competitiva en estos sectores.

“La industrialización no es rigidez: ofrecemos flexibilidad y personalización que superan a la vivienda prefabricada convencional”

Para terminar, ¿cuáles considera que son los objetivos para el próximo año en términos de expansión de mercado?

Nuestro gran reto es aumentar la capacidad productiva. Para ello estamos estudiando la construcción de una nueva fábrica, que nos permita responder a la creciente demanda y consolidar nuestra posición en el mercado.

Queremos seguir optimizando procesos, diversificando líneas de negocio y aplicando mejoras continuas tanto en productos como en organización. La construcción del futuro será industrializada, y nuestra misión es estar a la vanguardia de ese cambio.

Nuestro propósito como empresa es claro: mejorar la vida de las personas a través de nuestras edificaciones, aportando calidad, sostenibilidad y soluciones adaptadas a las necesidades reales.



Vanesa Muñoz: “Nuestro futuro está en la internacionalización y la fabricación a medida”



ENTREVISTA

VANESA MUÑOZ
CEO Y PROPIETARIA DE
HISPABAÑO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Hispaño se define por una filosofía de máxima calidad, seriedad y servicio al cliente en un mercado tan competitivo. ¿Cómo se traduce esta filosofía en la práctica diaria y qué la diferencia de otras empresas?

Esa es precisamente nuestra diferenciación, nuestro valor añadido. El mercado de la construcción y afines es muy complicado, marcado por la globalización, la entrada de producto importado y la falta de profesionales cualificados. En ese contexto, nosotros hemos encontrado nuestro espacio en la personalización, en la excelencia y en el servicio al cliente. Llevamos ya 30 años en el mercado con esta filosofía.

Uno de los retos que menciona es la falta de mano de obra. ¿Es este el mayor desafío actual del sector en Andalucía?

Sin ninguna duda. Cada vez se exige más profesionalidad y, sin embargo, hay menos conocimientos técnicos, incluso entre los propios clientes. Vendemos B2B y notamos la falta de especialización en oficios básicos: montaje, materiales, ensamblaje... Existe una gran carencia en formación, y es una de las principales demandas que tiene ahora mismo el sector.

Con casi tres décadas de trayectoria, han sido testigos de la evolución del diseño de interiores. ¿Cuáles son las tendencias actuales en el mercado de las mamparas de baño y cómo se han adaptado a ellas?

El producto ha cambiado por completo. Podríamos decir que seguimos vendiendo mamparas de baño, pero lo que ofrecemos hoy no tiene nada que ver con lo de hace 30 años. Antes era un accesorio que se añadía al proyecto; hoy está totalmente integrado en el diseño desde el inicio.

La tendencia es hacia productos a medida, con menos perfilaría, más cristal, menos tornillería y una integración total en el ambiente. Nosotros asesoramos desde las primeras fases del proyecto para garantizar no solo un resultado estético, sino también funcional. Porque una mampara debe aislar el agua y la

temperatura, además de ser segura y de calidad. En Hispabaño buscamos siempre equilibrar estética y funcionalidad.

Trabajamos para sectores muy distintos: hotelero, residencial o construcción industrializada. Cada uno tiene necesidades diferentes: en unos, prima más la estética, en otros la funcionalidad. En el caso de reformas en viviendas, debemos adaptarnos al espacio existente y garantizar un resultado cómodo, estético y funcional. Para nosotros este cambio ha supuesto una oportunidad.

La sostenibilidad es ya un pilar fundamental en el sector. ¿Qué medidas ha tomado Hispabaño en este sentido?

Desde 2004 estamos certificados en calidad y medio ambiente, cuando aún no era algo habitual. Apostamos muy pronto por procesos controlados y materiales analizados. Hoy no entendemos un producto que no cumpla con los estándares de sostenibilidad.

Cuidamos todo el proceso: desde el origen de las materias primas y su transporte hasta la forma de fabricarlas. Hemos cambiado embalajes, buscamos siempre materiales recuperables y tratamos de que todos los componentes de nuestras mamparas puedan reciclarse. Además, trabajamos con aluminio, un material no tóxico y altamente sostenible.

Ante el encarecimiento de la construcción y la vivienda, ¿cómo ha afectado esta situación a su sector?

Arrastramos una subida de precios desde la postpandemia, sobre todo desde 2021. Los

materiales se encarecieron mucho, pero el mercado no ha asumido ese incremento en su totalidad. Las empresas hemos tenido que absorber gran parte de esos costes, reduciendo márgenes y recurriendo a financiación propia.

En estos cinco años muchas pequeñas empresas del sector han desaparecido. Las que seguimos, como la nuestra, hemos resistido, pero sin duda estamos siendo más afectadas que el consumidor final, porque los precios de venta no reflejan realmente la magnitud de la subida de costes.



La falta de profesionales cualificados es hoy la mayor demanda del sector

¿Cuáles son los objetivos estratégicos de Hispabaño para seguir siendo un referente en el futuro?

Cada año hemos tenido que reinventarnos. Los 30 años de experiencia, la credibilidad y la especialización que tenemos —venimos de la carpintería metálica— nos han permitido llegar hasta aquí. Y en esa misma línea queremos proyectarnos hacia el futuro.

Uno de nuestros grandes retos es la internacionalización. Tradicionalmente hemos trabajado en mercados cercanos como Portugal, Francia o Italia, pero ahora hemos apostado por llegar más lejos. Incluso estamos trabajando con Asia, pese a que la logística es compleja, porque la mampara no viaja fácilmente.

Queremos crecer en exportación, aprovechar el auge del turismo en determinados destinos y diversificar nuestra producción para cada nicho de mercado, sin perder nunca la esencia: calidad, personalización y fabricación 100% en Sevilla. Nuestro futuro está en el valor añadido que ofrece un producto fabricado a medida, con la máxima calidad.





Ignacio Benthem Muñiz: “Queremos consolidarnos como referente nacional en paisajismo y jardinería”

ENTREVISTA

IGNACIO BENTHEM MUÑIZ
DIRECTOR COMERCIAL DE ACER
ESPACIOS NATURALES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Para comenzar, Ignacio, ¿podría presentarnos la trayectoria de Acer y su posición actual en el sector?

Nuestra historia arranca hace más de 25 años, cuando mi padre empezó con trabajos forestales. Poco a poco fue ampliando el ámbito hacia la jardinería y, con el tiempo, hacia proyectos de paisajismo integral. Pasamos de la instalación de sistemas de riego a incorporar iluminación, diseño conceptual y ejecución completa de jardines.

Hoy somos un grupo con tres áreas diferenciadas: IB Proyecta, que se ocupa del diseño, la conceptualización y la parte técnica previa; Acer Espacios Naturales, que asume la ejecución de los proyectos con nuestros equipos de jardinería, plantación y riego; y Acer Natura, que se encarga del mantenimiento para garantizar la perdurabilidad de los espacios. Esta estructura nos permite acompañar al cliente en todas las fases, desde la idea inicial hasta el cuidado a largo plazo.

¿Qué diferencia a Acer de otras compañías del sector y qué valores definen su forma de trabajar?

Lo que diferencia a Acer de otras compañías del sector es nuestra capacidad de abarcar todo el proceso del paisajismo: desde la conceptualización y el diseño creativo hasta la ejecución y el mantenimiento de los espacios verdes. Esto nos permite dar un servicio integral y garantizar resultados de máxima calidad y coherencia en cada fase.

Además, nos define una filosofía muy clara: imaginamos, creamos y construimos naturaleza. Trabajamos siempre con un enfoque sostenible, apostando por especies autóctonas y sistemas de riego eficientes, integrando los proyectos en su entorno y cuidando cada detalle para que los espacios no sólo sean bellos, sino también duraderos y respetuosos con el medioambiente.

Nuestros valores son la excelencia, la innovación, la pasión por la naturaleza y el compromiso con el cliente. Nos implicamos en cada proyecto como si fuera único, buscando crear paisajes que cuenten historias, despierten emociones y mejoren la vida de las personas.

La integración entre urbanismo, infraestructuras y respeto medioambiental es cada vez más demandada. ¿Cómo logran conjugar desarrollo y conservación?

Lo primero es contar con un equipo humano altamente cualificado. Tenemos profesionales con mucha experiencia y la capa-



cidad de adaptar cada proyecto a su entorno.

Para nosotros, cada trabajo es único. Antes incluso de presupuestar un jardín, realizamos un estudio exhaustivo del espacio y de las necesidades del cliente. Solo así podemos diseñar un proyecto coherente, ya sea una villa privada, un hotel, un parque urbano o una promoción residencial. Nuestro compromiso es que el resultado esté en armonía con el lugar y, al mismo tiempo, responda a las necesidades de nuestros clientes.

La sostenibilidad es ya un requisito ineludible. ¿Qué medidas concretas aplican para reducir el impacto ambiental?

Para nosotros la sostenibilidad no es una tendencia, sino la base de nuestra forma de

trabajar. En Acer aplicamos varias medidas muy concretas; por un lado, diseñamos con vegetación autóctona y adaptada al clima, evitando especies que requieran consumos elevados de agua o un mantenimiento intensivo; también incorporamos sistemas de riego eficiente, principalmente por goteo y tecnologías de telegestión inteligente, que optimizan el uso del agua y reducen pérdidas por evaporación; buscamos integrar cada proyecto en su entorno natural y urbano, respetando la biodiversidad y minimizando el impacto paisajístico; por último, en el mantenimiento, aplicamos criterios de bajo impacto: control fitosanitario responsable, uso racional de recursos y seguimiento digitalizado para ser más eficientes.

En definitiva, nuestro compromiso es crear paisajes bellos y funcionales, pero también duraderos y responsables con el medioambiente.

Un caso claro es el Parque de Mijas, cuya ejecución terminamos hace unos meses. El pro-



yecto inicial contemplaba muchas zonas de césped, pero los datos de consumo lo hacían inviable. Nuestro equipo de IB Proyecta rediseñó la propuesta para redistribuir especies y optimizar el consumo, logrando un espacio verde sostenible, atractivo y funcional.

¿Qué tipologías de proyectos concentran hoy la mayor parte de la actividad de Acer?

Podemos hablar de cinco grandes líneas. En primer lugar, hoteles, con trabajos en cadenas de primer nivel. Después, villas privadas, especialmente en urbanizaciones de lujo de la Costa del Sol como La Zagaleta o Sierra Blanca. También desarrollamos parques públicos, como el Gran Parque de Mijas o el próximo Distrito Zeta en Málaga, que comenzaremos en breve.

Además, somos el principal referente en la instalación de jardines verticales naturales, una línea en la que llevamos más de 15 años y que nos permitió crecer incluso en momentos de crisis. Actualmente estamos ejecutando un proyecto en Canarias con 11 jardines verticales. Y, por último, colaboramos en promociones residenciales y restaurantes, donde cada vez se valora más integrar la naturaleza en el diseño arquitectónico.

El sector de la construcción atraviesa un contexto de cambios normativos y económicos. ¿Cómo está afectando esto a su planificación estratégica?

Es cierto que el sector de la construcción vive un momento de cambios, tanto normativos como económicos. En nuestro caso lo vemos como una oportunidad para reforzar nuestra estrategia.

Por un lado, estamos adaptando nuestros procesos a las nuevas exigencias normativas en sostenibilidad, eficiencia energética y gestión del agua, lo que nos permite estar siempre alineados con lo que el mercado y las administraciones demandan.

Por otro, frente a la incertidumbre económica, hemos puesto el foco en diversificar clientes y proyectos, optimizar procesos internos y mejorar el control de costes en tiempo real. Eso nos da solidez y nos permite seguir creciendo en mercados clave como hoteles de lujo, promotoras residenciales y villas exclusivas.

En resumen: lejos de frenar nuestra actividad, estos cambios están impulsando que Acer sea más eficiente, innovador y competitivo.

De cara al futuro, ¿cuáles son los principales retos y objetivos de Acer Espacios Naturales?

De cara al futuro, nuestros principales retos y objetivos se centran en tres ejes.

Primero, seguir consolidando nuestro crecimiento a nivel nacional, con proyectos en destinos estratégicos como Madrid, Baleares o Canarias, donde ya estamos presentes.

Segundo, optimizar nuestros procesos internos y la estructura de la empresa para ser más ágiles, eficientes y rentables, sin perder la calidad que nos caracteriza.

Y tercero, reforzar nuestro compromiso con la sostenibilidad, apostando por diseños responsables, sistemas de riego inteligentes y soluciones que integren la biodiversidad en cada proyecto.

En definitiva, nuestro objetivo es pasar de ser una empresa familiar con fuerte implantación en la Costa del Sol a convertirnos en una referencia nacional en paisajismo de alto nivel, capaz de acompañar a cadenas hoteleras, promotoras y clientes privados en cualquier lugar de España.



ENTREVISTA

**GRACIA DE LA LASTRA
LOZANO**
CEO LA BELLA SOMBRA
PAISAJISMO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo nació La Bella Sombra Paisajismo y qué la inspiró a fundarla?

Todo nació a raíz de la crisis de 2008. Después de mi experiencia con Luis Vallejo, sentí la necesidad de fundar mi propia empresa, tanto por vocación como por la situación que se estaba viviendo. Desde entonces, hasta el día de hoy, seguimos funcionando. También nació inspirada en un tema familiar: el nombre proviene de un árbol del jardín de mi familia, *la bella sombra*, que me pareció perfecto para dar identidad a este proyecto.

¿Qué servicios principales ofrecéis y en qué tipo de proyectos se especializan?

Estamos especializados en todo tipo de proyectos. Nos gusta participar en concursos y afrontar distintos retos. Como empresa de paisajismo, los servicios que ofrecemos van desde el desarrollo de concepto hasta la gestión de la ejecución. Pero sobre todo nos dedicamos al diseño conceptual, a crear el proyecto desde su raíz.

¿Qué entiende usted por paisajismo y cómo se diferencia de otros ámbitos del diseño y la construcción?

La principal diferencia es que se trata de proyectos concebidos a largo plazo, casi en años vista. El paisajismo piensa en cómo evolucionará el espacio con el tiempo. Cuando se ejecuta una plantación, esta no tiene todavía la escala o dimensión que alcanzará en el futuro. Por eso, diseñamos siempre pensando en cómo se desarrollará con los años, algo que lo diferencia claramente de otras disciplinas.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad y la integración con el entorno natural en sus diseños?

Para nosotros es fundamental. No concebimos un proyecto sin sostenibilidad ni sin integración con las estrategias naturales. De hecho, estamos desarrollando una nueva marca, *La Bella Sombra Regenera*, que estará centrada precisamente en la sostenibilidad y en cómo integrarla en las empresas y en todos nuestros proyectos.

El paisajismo combina técnica y creatividad. ¿Cómo logran equilibrar esos dos aspectos en el trabajo diario?

La técnica es la base de todo. La excelencia en el desarrollo del proyecto es fundamental. A partir de ahí, nuestra especialidad es la creatividad, y creemos que ambos aspectos se complementan a la perfección. No concebimos uno sin el otro.

En cuanto a la plantilla, ¿qué nos puede decir del equipo de trabajo? ¿Son profesionales formados específicamente en este campo?

Trabajamos como un pequeño estudio en el que yo soy la CEO, y colaboramos con profesionales externos. Son arquitectos paisajistas, arquitectos e ingenieros formados en el sector, totalmente avalados. Es un modelo flexible que nos permite adaptarnos a la dimensión y naturaleza de cada proyecto.



Gracia de la Lastra Lozano: “No entendemos un proyecto sin la integración con el entorno natural”



“El gran reto es apostar por un diseño más basado en la naturaleza que en la mera composición”

¿Qué tendencias observa actualmente en Andalucía en el sector del paisajismo?

Creo que la evolución es positiva. Cada vez hay más paisajistas y cada vez mejor formados, lo que es una buena señal. Espero que pronto exista la titulación de Arquitectura del Paisaje en España, como yo la estudié, porque todavía no está plenamente desarrollada. Aun así, ya hay universidades que están apostando por esa formación, y eso es muy importante para el futuro del sector.

¿Cree que también influye un cambio de mentalidad social respecto a los espacios abiertos y la importancia del diseño exterior?

Sí, sin duda. Tras la crisis del COVID se produjo un cambio de tendencia muy claro. Las personas empezaron a valorar tanto el interior como el exterior de sus viviendas. Antes solo se daba importancia al diseño de interiores, pero ahora se considera que los espacios exteriores son igual de importantes. Esa es una transformación muy significativa que beneficia al paisajismo.

¿Encuentran actualmente algún reto especial para las empresas de paisajismo en Andalucía?

El principal reto es apostar por un diseño más basado en la naturaleza, no tanto en la mera composición formal. Buscamos proyectos que integren lo natural de manera auténtica y que estén profundamente relacionados con la sostenibilidad.

Y además está la exigencia de cumplir con parámetros y legislaciones en constante cambio, ¿verdad?

Sí, efectivamente. Es un oficio que requiere estar siempre al día, tanto en materia normativa como en nuevas tendencias e innovaciones.

La formación continua y la actualización son claves en nuestro sector.

Para terminar, ¿qué objetivos o proyectos ilusionan más a La Bella Sombra Paisajismo de cara al futuro?

Estamos muy ilusionados con nuestro nuevo proyecto, *La Bella Sombra Regenera*. No se centra solo en jardines, sino en proyectos a mayor escala, relacionados con la ordenación del territorio e incluso con la agricultura regenerativa.

Lo lanzaremos en unos días y marcará nuestra nueva línea de trabajo, siempre vinculada a la sostenibilidad y a un enfoque integral del paisaje.



José Mena Raposo: “Nuestro objetivo es ser un socio estratégico para el cliente, no solo un proveedor”

ENTREVISTA

JOSÉ MENA RAPOSO
DIRECTOR GENERAL DE
NEGOCIO EN TORSESA



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

José, para empezar, como ya sabemos, llevan más de cuatro décadas siendo un referente en el suministro industrial y de seguridad laboral, también con fuerte presencia en la construcción en Andalucía. ¿Cómo describiría la evolución reciente de la compañía y su posicionamiento en el mercado actual?

Primero quiero agradecer al periódico por esta oportunidad. En los últimos años Torsesa ha evolucionado, pasando de ser un proveedor más regional, a consolidarse como un socio estratégico para nuestros clientes. Hemos diversificado nuestro catálogo, reforzado nuestra presencia en los sectores especializados que nos interesan y estamos invirtiendo en logística y digitalización, porque en el mercado actual es imprescindible ser cada vez más ágiles y competitivos. Queremos extender la confianza, la solvencia técnica y el servicio cercano que ya damos en Andalucía y Madrid al resto de España e incluso internacionalmente.

El sector de la construcción vive un momento de transformación, marcado por la digitalización y la búsqueda de eficiencia. ¿De qué manera se están adaptando a estos cambios y qué innovaciones han incorporado en el modelo de negocio?

El sector de la construcción es muy complejo y, viniendo del ámbito industrial, nos supone un reto competir, porque exige máxima precisión en precios, plazos y calidades. La digitalización forma parte de nuestro ADN y estamos aplicando estrategias que nos permitan ser más competitivos.

Entre las tendencias que estamos incorporando desde la industria al sector de la construcción destacan las máquinas de vending, dispositivos automáticos que permiten a los trabajadores acceder a los EPIs de forma flexible, cumpliendo la normativa y garantizando disponibilidad 24 horas en obras que funcionan de manera continua.

Otra tendencia que hemos observado es el cambio del modelo de compra al de alquiler de herramientas. Muchas constructoras han pasado de adquirir herramientas para sus trabajadores a disponer de ellas como un servicio, gestionado por nosotros. Contamos con un modelo que permite cobrar un fee mensual por un conjunto de herramientas, asegurando que las baterías estén operativas y reemplazando cualquier equipo defectuoso de manera inmediata.

Además, en el ámbito de la seguridad laboral, hemos innovado incorporando soluciones de seguridad laboral adaptadas a la industria y a la construcción para evitar accidentes (pulseras de golpe de calor, exoesqueletos, vestuario inteligente, etc.).

En la entrevista del año pasado se destacaba la fortaleza de Torsesa frente a grandes multinacionales, ¿qué estrategias han sido clave para



mantener la competitividad y la confianza de los clientes?

Nuestro reto es competir con multinacionales siendo diferentes: cercanos, flexibles y adaptándonos mejor a las necesidades del cliente. Aunque facturamos cerca de 20 millones de euros, seguimos siendo un distribuidor mediano frente a multinacionales con enormes volúmenes de compra. La clave está en la confianza de nuestros clientes, que valoran que somos una empresa local que habla su mismo idioma, comparte su cultura y contribuye a la economía donde opera. Mantener competitividad en precio es importante, pero también aportamos cercanía, flexibilidad y atención personalizada. Adaptamos formas de pago, plazos y disponibilidad de stock a las necesidades del cliente, ofreciendo un servicio hecho a medida, no un estándar.

Por otro lado, el capital humano es uno de los principales activos de la empresa, ¿qué importancia tiene el equipo en la filosofía y logros de Torsesa?

El equipo es fundamental. Torsesa siempre ha apostado por crear valor y empleo estable en la región, priorizando la formación y el crecimiento de su equipo. Para nuestro nivel de facturación, probablemente somos de las empresas del sector que más personal tiene contratado. Siempre que surge la oportunidad, creamos nuevos puestos de trabajo, formamos al personal y establecemos acuerdos con centros de formación profesional. Contamos con más de diez acuerdos de colaboración de distintos tipos, desde administrativos hasta especializados.

Tenemos especialización en aire comprimido, un área muy particular que muchas industrias utilizan. Este tipo de formación no existe en el sistema actual de formación profesional, por lo que



nosotros capacitamos a alumnos de ramas como frío, calor, electricidad o automatización en instalaciones de aire comprimido, combinando tuberías, electrónica y electricidad. Esta inversión en formación asegura que nuestra plantilla esté preparada para tecnologías complejas y en constante evolución, con soluciones eficientes y sostenibles.

En este sentido, ¿qué papel juegan los materiales y soluciones respetuosos con el medio ambiente en su actividad?

Realizamos múltiples acciones en sostenibilidad. Contamos con certificación ISO 14001 y otras que nos solicitan nuestros clientes. Todos nuestros vehículos son híbridos, desde dirección hasta la última furgoneta. Tenemos especial cuidado con el *packaging*, evitando plásticos y utilizando cartón y papel. Optimizamos rutas de transporte, eligiendo el medio más responsable, como enviar por barco o grupaje cuando no hay urgencia, y solo usar avión si es estrictamente necesario. Este enfoque nos permite reducir el impacto ambiental de nuestra logística y operaciones.

Mirando al futuro, José, ¿qué proyectos o líneas de crecimiento marcarán la hoja

de ruta de la empresa en los próximos años?

Vamos a apostar por la diversificación y el servicio especializado. No solo suministramos material, EPIs o herramientas, sino que ofrecemos servicios integrales: instalación, ingeniería de aire comprimido, gestión de seguridad laboral mediante máquinas de vending y campañas preventivas, manteniendo la normativa actualizada. Formamos parte de la Asociación Nacional de Fabricantes y Distribuidores ASEPAL para mantener a nuestros clientes al día sobre la evolución normativa.

También estamos realizando una inversión importante en digitalización. El próximo año actualizaremos nuestro ERP a la última versión de Microsoft, integrándolo con nuestro CRM y sistemas de clientes. Además, formaremos a todo el personal en un curso básico de inteligencia artificial de 20 horas, para aprender a utilizar herramientas como ChatGPT, Copilot o similares según su puesto de trabajo. A la vez, desarrollaremos nuestra propia inteligencia artificial interna para analizar correos, catálogos y ayudar en la toma de decisiones con información de la empresa.

Nuestros próximos pasos estarán centrados en Europa, con oportunidades especialmente en Reino Unido y Francia. El año pasado vendimos significativamente en India, pero aún no contamos con delegaciones físicas fuera de España. Durante 2026, es posible que abramos oficinas en estos países, con personal local, cuando se gestionen volúmenes relevantes. Esta expansión internacional es una de las principales ilusiones de la empresa para el futuro cercano.





José Antonio García Agüera: “Nuestra marca NASAS responde a la necesidad de diferenciar nuestros proyectos más ambiciosos y singulares”



ENTREVISTA

JOSÉ ANTONIO GARCÍA AGÜERA

DIRECTOR DE CENTROS Y PARQUES COMERCIALES DE LÓPEZ REAL INVERSIONES 21

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Para comenzar, ¿podría presentarnos brevemente a López Real Inversiones 21 y el papel que desempeña dentro del sector inmobiliario?

López Real Inversiones 21 es una promotora con una trayectoria de más de tres décadas en el sector inmobiliario español. Nuestra especialización son los desarrollos comerciales, donde hemos adquirido una experiencia muy sólida.

Por un lado, tenemos la línea de proyectos de menor tamaño, centrada en la promoción de supermercados y espacios complementarios, como gasolineras o restaurantes de comida rápida. Son promociones que se desarrollan con gran rapidez: se ejecutan, se venden y generan liquidez para acometer otros proyectos. Esa agilidad es clave, porque nos permite tener un flujo constante de recursos propios, que reinvertimos en proyectos de mayor envergadura.

La segunda división, en la que me encuentro directamente implicado, está orientada a los grandes parques y centros comerciales. Abordamos todo el proceso: desde la compra del suelo hasta la apertura y explo-

tación, pasando por la conceptualización, comercialización, construcción y apertura. Es un trabajo integral que nos exige coordinación con múltiples agentes, pero también nos da la oportunidad de crear proyectos de gran impacto.

En estos momentos, López Real tiene más de treinta proyectos activos de supermercados en toda España. Al mismo tiempo, desarrollamos nuestra línea Prime, bajo la marca Nasas, dirigida a los grandes formatos. Nuestra matriz está en Ubrique (Cádiz), lo que refuerza nuestro vínculo con Andalucía, y nuestro capital es 100 % español. Además, siempre que recurrimos a financiación lo hacemos con bancos nacionales, porque creemos en apostar por la marca España en cada paso que damos.

Háblenos un poco de esa especialización de la compañía en el ámbito de los grandes parques y centros comerciales.

La marca Prime, Nasas, responde a la necesidad de diferenciar nuestros proyectos más ambiciosos y singulares. Nació en 2022, tras la pandemia, con la idea de aportar un concepto renovado de centro comercial, adaptado a las nuevas tendencias de consumo y ocio.

Desde entonces, hemos inaugurado Nasas Nigrán, en Vigo, y Nasas Torrejón, en Madrid, que han tenido una gran acogida tanto por parte de las marcas como del público. Ahora mismo, nuestra prioridad inmediata es la apertura de EntreNasas en Dos Hermanas (Sevilla), prevista para el 26 de septiembre. Será un espacio muy representativo para nosotros, porque supone reforzar nuestro papel en Andalucía con un proyecto innovador y con gran capacidad de atracción.

Además, contamos con proyectos en marcha en distintas localizaciones del país, siendo el más destacado el que desarrollamos en Madrid, en la Ciudad del Deporte junto al Estadio Metropolitano. Se trata de un centro comercial de 40.000 metros cuadrados de superficie bruta alquilable, que será un referente no solo a nivel nacional, sino también internacional. Ya estamos en obras y supone una apuesta muy importante dentro de nuestra estrategia Prime.

¿Qué factores cree que diferencian estos proyectos de otros desarrollos similares en Andalucía o en el resto de España?

La diferencia principal es que no decidimos en solitario dónde implantarnos. Nuestra estrategia está basada en escuchar y en mantener un contacto directo y constante con las grandes marcas de todos los sectores: moda,



deporte, restauración, alimentación... Ellas son las que nos indican dónde quieren estar, qué ciudades o qué áreas metropolitanas son estratégicas. Eso nos permite minimizar el riesgo y asegurar que cada inversión responda a una demanda real.

Esa cercanía con las marcas es un valor que nos distingue. Además, en López Real somos una compañía muy ágil, tanto en la toma de decisiones como en la ejecución. Nuestro presidente, José Luis Fernández, transmite a todo el equipo una filosofía de proximidad, sencillez y rapidez que aplicamos a cada proyecto. Esa forma de trabajar nos convierte en un socio fiable para las marcas y en un competidor muy fuerte dentro del mercado.

¿Cómo ha evolucionado el concepto de centro comercial en los últimos años y hacia dónde cree que se dirige?

La evolución ha sido radical. Antes de la pandemia, aún funcionaban modelos de centros comerciales cerrados, de tipo galería o mall. Sin embargo, tras la experiencia vivida en 2020, la tendencia cambió definitivamente hacia espacios abiertos, con grandes superficies de aparcamiento, accesos fáciles y locales más amplios.

Hoy, un centro comercial ya no es solo un lugar para comprar. Es un espacio donde se combinan experiencias de ocio, restauración y servicios. Queremos que el cliente disfrute de su tiempo, que pueda venir en familia o con amigos y pasar varias horas, no únicamente hacer una compra rápida. Por eso el diseño de los proyectos integra cada vez más zonas de restauración y de ocio que complementan la oferta de retail.

Otra evolución clave es la convivencia con el comercio electrónico. El e-commerce ya no es un competidor, sino un aliado. Casi todas las tiendas en nuestros centros cuentan con áreas de recogida de pedidos online, lo que facilita que el consumidor combine la comodidad de comprar desde casa con la experiencia de recoger o cambiar productos en un espacio físico. La tienda se convierte en un showroom, en un punto de experiencia y servicio.

En ese sentido, ¿cómo afrontan la convivencia entre comercio online y comercio físico?

La clave está en la adaptación. El comercio online tiene un peso creciente, pero no infinito. Basta mirar a Estados Unidos, donde el e-commerce representa aproximadamente

un 25 % de las ventas, pero nunca ha superado ese techo. En España estamos en torno al 11 o 12 %, lo que significa que aún queda recorrido, pero también que el espacio físico seguirá siendo fundamental.

Por eso diseñamos nuestros centros como entornos complementarios: la gente puede comprar online y recoger en tienda, resolver devoluciones, probar productos o simplemente vivir la experiencia de compra que el comercio digital no puede ofrecer. El comercio físico se reinventa y gana valor precisamente porque convive con el online.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad, la eficiencia energética y la integración urbana en sus proyectos?

La sostenibilidad es innegociable en todos nuestros desarrollos. Desde hace años, todos los proyectos Nasas cuentan con certificación BREEAM, que es el sello internacional de referencia en sostenibilidad. Esto significa que, desde la fase de diseño, aplicamos criterios medioambientales rigurosos: materiales sostenibles, accesibilidad universal, integración con distintos modos de transporte y eficiencia en consumo energético.

Además, incorporamos soluciones como placas fotovoltaicas, cargadores eléctricos para vehículos, zonas verdes planificadas y sistemas de iluminación eficientes. No se trata solo de cumplir la normativa municipal, sino de ir más allá y ofrecer espacios responsables con el entorno y con la sociedad.

Para finalizar, ¿qué proyectos o líneas de trabajo son prioritarios para la compañía a corto y medio plazo?

Nuestra prioridad inmediata es la apertura de EntreNasas en Dos Hermanas, que tendrá lugar el 26 de septiembre. Es un proyecto emblemático porque refuerza nuestra presencia en Andalucía con un centro comercial innovador, accesible y sostenible.

Al mismo tiempo, avanzamos con Nasas Madrid, en la Ciudad del Deporte, que supone un reto de escala internacional y que consolidará nuestra posición como promotores de referencia en el segmento Prime.

A medio plazo, seguimos explorando nuevas oportunidades en distintas ciudades de España, siempre con la filosofía de escuchar a las marcas, identificar dónde quieren implantarse y acompañarlas con proyectos ágiles, eficientes y sostenibles. Esa será la base para garantizar el crecimiento futuro de la compañía y seguir siendo un actor protagonista en el sector inmobiliario español.



Jordi Royo Florenza: “No somos la constructora al uso: somos agentes de cambio del sector”



ENTREVISTA

JORDI ROYO FLORENZA
DIRECTOR DE CONTRATACIÓN E
IPD DE BILBA CONSTRUCTORA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Jordi, ¿podría presentarnos brevemente la trayectoria de Bilba y su posición actual dentro del sector de la construcción?

Bilba nace como una constructora local en Málaga, cercana al cliente y muy enfocada en la calidad.

Con el tiempo damos el salto para convertirnos en un referente en Andalucía, integrados en un grupo empresarial sólido como Sinerba, lo que nos aporta músculo operativo y capacidades complementarias.

Estamos especializados en edificación y trabajamos tanto con clientes públicos como privados. En los últimos años hemos avanzado en nuestra expansión geográfica hacia zonas estratégicas fuera de Andalucía, con presencia en Madrid y Canarias —donde contamos con delegación propia— para acompañar a promotores y clientes corporativos e instituciones públicas con el mismo estándar de rigor, cumplimiento y transparencia.

En un mercado tan competitivo, ¿qué diferencia a Bilba de otras constructoras y cuáles son sus principales valores distintivos?

Bilba no es la constructora al uso. Nos definimos como agentes de cambio dentro del sector, porque invertimos en I+D, trabajamos con metodologías colaborativas como BIM, IPD y Lean, y apostamos por la innovación tanto en la relación con nuestros clientes como en la gestión interna de cada proyecto.

Otro rasgo distintivo es nuestra apuesta por la industrialización, especialmente en proyectos residenciales plurifamiliares, incorporando soluciones que aportan certeza en plazo, coste y calidad. Además, el hecho de formar parte de un grupo constructor-promotor con empresas especializadas nos permite ofrecer un servicio integral que abarca desde la promoción y el diseño hasta la ejecución, el equipamiento y el mantenimiento, siempre con criterios de eficiencia energética.

A todo ello se suma nuestra especialización en residencial de gran escala, un segmento en el que hemos consolidado una posición de referencia gracias al rigor técnico, la fiabilidad en la entrega y la transpa-

rencia. En definitiva, somos innovación al servicio de la construcción colaborativa, con la fortaleza de un grupo sólido y la cercanía de un socio de confianza.

La innovación y la digitalización están transformando el sector. ¿Qué avances o metodologías está aplicando Bilba en sus proyectos?

Como he comentado en el punto anterior, nuestra apuesta por la innovación es transversal: no solo en la relación con el cliente, también en los procesos internos. En obra aplicamos una combinación de metodologías y tecnología que nos aporta más certidumbre en plazo, coste y calidad.

Trabajamos con un enfoque BIM de principio a fin, apoyado en un CDE (entorno común de datos) que centraliza la información, facilita la coordinación multidisciplinar y habilita la planificación y la medición con trazabilidad. Sobre esa base, impulsamos la industrialización en residencial plurifamiliar —especialmente en esquemas de colaboración público-privada—. Más recientemente, estamos desplegando metodologías Lean con Last Planner® para reducir la variabilidad, estabilizar la producción y ganar fiabilidad en plazo y coste. Además, aplicamos simulaciones digitales, junto con captura de realidad, para realizar control de calidad digital y verificaciones previas a la entrega.

Hace dos años pusimos en marcha una colaboración con la Universidad de Málaga a través de la Cátedra Bilba, orientada a investigar y transferir al mercado soluciones de arquitectura industrializada. El objetivo es claro: acelerar la respuesta a la escasez de vivienda con sistemas más eficientes, sostenibles y accesibles, desde la evidencia técnica y la colaboración público-privada.

La sostenibilidad es ya un requisito imprescindible en la edificación. ¿Qué medidas está impulsando la compañía para reducir el impacto ambiental y avanzar hacia un modelo más eficiente?

Para nosotros la sostenibilidad es un criterio de decisión en Bilba, no un añadido. Actuamos en tres frentes claros para reducir impacto y ganar eficiencia.

En primer lugar, actuamos desde el diseño con BIM, lo que optimiza cantidades y evita reprocesos, reduciendo la huella de carbono desde el origen. En segundo lugar, acompañamos a los clientes en objetivos de LEED, BREEAM o WELL cuando buscan certificaciones, priorizando medidas de ahorro con mejor retorno.

Y, como tercer punto, planificamos acopios y logística para minimizar traslados, segregamos residuos en origen y potenciamos su valorización.

Todo esto lo reforzamos con el trabajo de nuestro departamento de I+D, orientados a investigar y trasladar a obra soluciones para construir mejor, con menos impacto y más valor en el ciclo de vida del edificio.

En cuanto a clientes y proyectos, ¿qué tipologías concentran actualmente la mayor parte de la actividad de Bilba?

La mayor parte de nuestra actividad se concentra en residencial plurifamiliar de gran escala, trabajando con promotores de primer nivel en Andalucía, Madrid y Canarias, y aplicando industrialización cuando aporta valor para dar certeza en plazo y coste.

Un pilar adicional es la obra pública orientada a vivienda asequible, donde contamos con experiencia contrastada en sis-

temas industrializados, especialmente *steel frame*, además de hormigón prefabricado y madera estructural. Estas soluciones nos permiten acelerar plazos, asegurar calidad y reducir impacto ambiental, manteniendo la trazabilidad de costes.

Junto a ello, mantenemos un peso relevante en hoteles (obra nueva, reformas integrales y reposicionamientos). Y, por último, somos referentes en el segmento residencial de lujo, con años de experiencia en proyectos de alta gama en la costa, donde la excelencia en acabados y la coordinación de oficios nos hace diferenciales.

Andalucía vive un momento de dinamismo en materia de construcción y desarrollo urbano. ¿Qué papel desempeña Bilba en este contexto regional?

Andalucía necesita más vivienda, mejor y antes, especialmente asequible, y ahí es donde Bilba actúa como tractor de oferta: estructuramos operaciones con promotores y administraciones, organizamos la producción para acortar plazos, dar certeza de coste y asegurar la calidad. El objetivo social: poner casas en el mercado con criterios de accesibilidad, eficiencia y confort, allí donde la demanda es más intensa. Y, como parte de Sinerba Holding, grupo de referencia, contamos con la capacidad industrial, financiera y organizativa para hacerlo realidad.

De cara al futuro, ¿cuáles son los principales retos y objetivos estratégicos que se marca Bilba para consolidar y expandir la presencia de la constructora?

Aquí miramos al futuro con objetivos muy claros: crecer donde aportamos más valor, poner más vivienda en el mercado y hacerlo con más certeza y menos huella. Eso significa escalar la vivienda, especialmente la asequible, de manera repetible, consolidando nuestra presencia en Andalucía, Madrid y Canarias a través de grandes acuerdos privados y de la colaboración público-privada, con especial foco en proyectos plurifamiliares que nos permitan replicar soluciones y acortar plazos. También buscamos impulsar la industrialización de forma escalable, estandarizando sistemas como el *steel frame*, el hormigón prefabricado o la madera, y avanzando hacia una logística sincronizada que aporte mayor previsibilidad en coste, plazo y calidad.

Otro de nuestros retos es alcanzar la excelencia operativa y digital, desplegando metodologías como Lean/Last Planner® en todas las obras, gestionando con indicadores clave de rendimiento —como fiabilidad de planificación, variación de costes o ausencia de accidentes— y promoviendo el aprendizaje continuo entre equipos. La descarbonización es igualmente prioritaria: queremos reducir la huella de obra y de materiales, además de potenciar la circularidad.

En paralelo, trabajamos en desarrollar el talento y el liderazgo en obra, atrayendo y formando mandos intermedios, e implantando una cultura de seguridad y colaboración como estándar. Sabemos que para sostener todo esto necesitamos consolidar un tejido sólido de *partners* y contratos estables, que garanticen precio, plazo y capacidad, integrando a proveedores clave desde la fase de diseño para eliminar incertidumbres. Y, finalmente, nos proponemos un crecimiento selectivo y con disciplina financiera, reforzando nuestras áreas de expansión allí donde tengamos una ventaja competitiva demostrable.



Belén de la Cuadra: “Jerez vuelve a ser atractiva para los inversores”



ENTREVISTA

BELÉN DE LA CUADRA
CONCEJALA DE
URBANISMO,
ORDENACIÓN DEL
TERRITORIO Y VIVIENDAS
EN EL AYUNTAMIENTO DE
JEREZ DE LA FRONTERA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuáles son actualmente las principales líneas estratégicas en materia de urbanismo y ordenación del territorio que está desarrollando el Ayuntamiento de Jerez?

Tenemos varias prioridades, entre ellas, impulsar el desarrollo sostenible e integrado de la bolsa de suelo por desarrollar dentro de la trama urbana para hacer de Jerez una ciudad más cohesionada y habitable. Estamos trabajando para favorecer, mediante la venta de suelo municipal, la llegada de inversiones industriales o de servicios avanzados que generen empleo estable para la ciudad. Afrontamos, en colaboración con otras administraciones, algunos proyectos estratégicos que van a producir cambios en la forma de vivir la ciudad, como, por ejemplo, la implantación de un nuevo apeadero de tren.

Con respecto a ordenación del territorio, cuando entró el Gobierno de Pelayo, nos encontramos con un grave problema relacionado con la protección del viñedo, porque se estaban implantando aerogeneradores y plantas fotovoltaicas en zonas vinculadas a la energía, incluso dentro del propio viñedo en algunas partes. Era

prioritario actuar y lo hicimos de forma inmediata: aprobamos una protección temporal de dos años, no con una figura urbanística, sino a través de la normativa europea sobre protección del paisaje. Así logramos preservar el pago histórico del viñedo en una franja reducida, pero significativa.

Paralelamente hemos puesto en marcha el Plan Especial de Energías Renovables, cuyo avance ya está publicado. Con él buscamos ordenar la implantación de renovables en el territorio, porque hasta ahora solo existía un plan para aerogeneradores, sin cobertura para las fotovoltaicas ni para nuevas tecnologías de almacenamiento o distribución. Sabemos que todo esto va a llegar y queremos adelantarnos, estableciendo un marco único y ordenado.

La sostenibilidad y la eficiencia energética son ya requisitos indispensables en la edificación. ¿Cómo se está adaptando Jerez a esta tendencia?

Dentro de la ciudad estamos apostando claramente por la sostenibilidad y las energías renovables. Contamos con un parque de edificios muy antiguos, algunos con 50 o 75 años de antigüedad, en los que es complicado alcanzar estándares de eficiencia. Sin embargo, estamos canalizando subvenciones y ayudas europeas, que ahora se enfocan todas en ahorro energético, para impulsar rehabilitaciones que mejoren el aislamiento, las cubiertas o las ventanas.

Cuando llegamos nos encontramos con la obra de dos colegios muy antiguos. Los directores no entendían algunas actuaciones, como el aislamiento de fachadas o el cambio de ventanas, porque pensaban que lo prioritario era el aire

acondicionado. Hoy nos dicen que apenas lo utilizan, porque el edificio se ha vuelto eficiente de por sí. Eso demuestra que la inversión en eficiencia genera un confort inmediato y que la población empezará a valorarlo cada vez más.

El Código Técnico de la Edificación ya fija unos mínimos de eficiencia que antes eran máximos, y poco a poco la ciudadanía se va acostumbrando a un estándar de confort que exigirá construcciones de mayor calidad.

¿Qué papel juega el urbanismo municipal en la dinamización del sector de la construcción y la atracción de inversión?

El urbanismo afecta en todo. Cuando una ciudad se mueve, atrae inversión. Pero además influye directamente en la agilidad de las tramitaciones de licencias, que es clave para que un inversor se decida a implantar un proyecto en Jerez. Nuestro modelo se basa en un trato cercano. Los técnicos de Urbanismo mantienen contacto directo con las empresas y, sobre todo, con los arquitectos que desarrollan los proyectos. Se buscan soluciones conjuntas y se evita la sensación de burocracia fría. Eso genera confianza.

De hecho, hace unos meses un promotor me confesaba que habían comprado numerosas parcelas en la costa, pero que ahora estaban invirtiendo más en Jerez porque les resultaba más fácil trabajar aquí. Eso me alegró mucho, porque demuestra que la apertura y la cooperación están dando resultados reales.

Tenemos carencias, como la falta de personal, pero hemos conseguido trabajar en equipo de forma ordenada, y eso se nota en la percepción que tienen los inversores.

La vivienda es uno de los grandes retos de cualquier ayuntamiento. ¿Qué medidas se están impulsando en Jerez para favorecer el acceso a una vivienda asequible y de calidad?

Durante dos legislaturas no se había construido ninguna vivienda protegida en Jerez, ni de promoción pública ni privada. Parte de la dificultad residía en que el módulo de vivienda protegida en Jerez era muy bajo, lo que hacía inviable para los promotores invertir, dado el alto coste de construcción por el encarecimiento de materiales y los requisitos del código técnico.

Lo primero que hicimos fue facilitar el marco para que los particulares y promotores puedan iniciar proyectos. Aquí la Junta de Andalucía ha jugado un papel clave: se ha actualizado el módulo de Jerez y ya somos competitivos. Tanto, que algunos promotores han renunciado a licencias para proyectos libres y han optado por vivienda protegida, aprovechando la mayor edificabilidad y las condiciones del nuevo decreto ley.

El Ayuntamiento se ha acogido a ese decreto y uno de los compromisos es montar una base de datos de suelos disponibles para vivienda. Ha sido un trabajo intenso, coordinado con la Consejería, y hoy ya tenemos siete promotoras interesadas en adquirir parcelas.

Nuestra empresa municipal de vivienda también pondrá suelos propios a disposición, y aunque no podemos lanzar todas las parcelas a la vez, se están preparando pliegos para licitaciones escalonadas que permitan un flujo constante de nuevas promociones.

Mirando al futuro, ¿cuáles son los principales retos urbanísticos y de vivienda que afronta Jerez?

Jerez necesita consolidar la inversión que está llegando. No



somos una ciudad muy industrial, pero se está produciendo un repunte gracias al desarrollo de los parques empresariales y, sobre todo, al hub aeronáutico impulsado por la Junta de Andalucía, que ya ha atraído el interés de numerosas empresas. Es una oportunidad que no podemos desaprovechar.

En el ámbito residencial, durante muchos años Jerez apenas ha crecido. Era llamativo no ver grúas en la ciudad. Ahora se están gestionando suelos a gran escala, especialmente dentro del casco urbano, lo que dinamiza la economía y genera confianza.

Otro reto importante es la revisión del Plan General de Ordenación Urbana. El actual se diseñó en una época de fuerte crecimiento demográfico y abrió mucho suelo para unifamiliares, lo que genera altos costes de mantenimiento urbano. Estamos analizando cómo adaptar el modelo hacia un crecimiento más compacto y sostenible.

Quizá no me corresponda a mí culminar esa revisión, pero estamos dejando el trabajo preparado para que en el futuro Jerez pueda contar con un plan más equilibrado y eficiente.

¿Quiere añadir algún mensaje final para los ciudadanos y el sector?

Sí. Creo que es importante que se conozcan los trabajos que estamos haciendo en materia de Vivienda. Desde EMUVIJESA, la empresa de vivienda, estamos trabajando en la actualización de la toma de datos del Plan de Vivienda. La redacción de un nuevo Plan de Vivienda es prioritaria, pero consideramos que no tenía sentido redactar o actualizar el Plan de Vivienda cuando la Junta de Andalucía estaba redactando una Ley de Vivienda que iba a condicionar nuestro Plan. Estamos actualizando datos para estar preparados para redactar el Plan en cuanto esté aprobada la Ley de Vivienda de Andalucía.

También quisiera destacar que hemos creado un portal de oferta de que suelo en la web municipal, que centraliza información y permite consultas tanto de promotores locales como internacionales. Ya tenemos interés firme de siete promotoras, lo que demuestra que el mercado se está moviendo. Queremos ser transparentes, resolver dudas y generar seguridad jurídica para atraer inversión. Estamos trabajando en la aplicación de medidas que permitan simplificar y reducir los plazos ordinarios de trámite en los procedimientos administrativos, con el objetivo de conseguir que Jerez sea atractivo para los inversores.

Jerez tiene potencial, tanto en el plano económico como en el residencial. Nuestra obligación es crear las condiciones para que ese potencial se traduzca en proyectos concretos y en bienestar para la ciudadanía.



José Ramon Sierra: “Queremos consolidar nuestra arquitectura en Andalucía y crecer internacionalmente”

ENTREVISTA

JOSÉ RAMON SIERRA
SOCIO FUNDADOR
Y ARQUITECTO EN
PRÁCTICA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Esta empresa se ha posicionado como un estudio de referencia en el ámbito de la arquitectura. Cuéntenos, ¿cómo nació el proyecto y cuál ha sido la filosofía que lo guía desde sus inicios?

El proyecto nació a partir de la conexión y las sinergias entre los tres socios fundadores. Cada uno de nosotros se formó en distintas escuelas de arquitectura en España: Jaime Daroca y José Mayoral en Sevilla, y yo en Madrid. Posteriormente, adquirimos experiencia internacional trabajando en Suiza, Reino Unido y Estados Unidos en estudios de referencia como Herzog & de Meuron, Rafael Moneo, E2A, Sergison Bates o David Chipperfield. Durante un máster de dos años en la Universidad de Harvard comenzamos a colaborar de manera más intensa, inicialmente en trabajos académicos y posteriormente en concursos con proyección profesional.

Tras completar nuestros proyectos individuales en distintos países —Jaime en Nueva York, José en Santiago de Chile y yo en Londres— decidimos regresar a España para crear un estudio propio que reflejara nuestra experiencia internacional combinada con una visión local. Desde el inicio, nuestra filosofía ha sido integrar innovación, sostenibilidad y un enfoque humano en la arquitectura, buscan-



Socios de PRÁCTICA (Jaime Daroca, José Mayoral, José Ramón Sierra).
Fotografía: Marta Wall. Dirección creativa: Mindlike

do generar impacto positivo en el entorno y en la sociedad.

¿Qué diferencia a PRÁCTICA de otros estudios de arquitectura y cómo definen ese sello propio, qué imprimen y qué proyectan en cada proyecto?

Lo que nos distingue es nuestra identidad como estudio español con base en Sevilla, pero con ambición internacional. La experiencia de trabajar en diferentes países nos ha permitido combinar la sensibi-

lidad local con enfoques globales. Buscamos siempre aportar valor a través de la arquitectura, entendiendo cada proyecto como un espacio único que integra innovación, funcionalidad y contexto cultural. Trabajamos tanto para clientes públicos como privados, lo que nos obliga a ser flexibles y adaptables, aplicando conocimientos aprendidos en distintos entornos. Esta combinación de experiencia local e internacional nos permite crear

proyectos con una visión transversal, capaces de enriquecer la arquitectura española y de aprender de los marcos internacionales.

Andalucía está viviendo un gran dinamismo en lo que es el sector de la construcción y de la vivienda. ¿Qué papel juega la región dentro de su actividad y cómo influyen sus particularidades en el desarrollo de proyectos?

Nuestro trabajo en Andalucía es muy diverso, abarcando diferentes escalas y programas. Desde el inicio, nos hemos centrado en concursos públicos y licitaciones de la administración, que nos permiten tener un impacto amplio. La vivienda pública y los espacios urbanos generan beneficios tangibles y visibles en la sociedad. Además, hemos desarrollado proyectos privados de vivienda colectiva y unifamiliar, tocando todas las ramas de nuestra especialidad.

Actualmente, estamos finalizando un edificio de 125 viviendas en Sevilla, en colaboración con “Daroca Arquitectos”, para la empresa pública municipal de la vivienda de Sevilla. También hemos desarrollado un proyecto de 116 viviendas en Málaga, ganado en un concurso de 2017 que incluye cinco edificios en una parcela destinada a usos mixtos con vivienda pública, privada y equipamientos. Aunque el proceso ha sido lento, hemos completado el proyecto de ejecución y esperamos que la construcción comience pronto.

Andalucía representa para nosotros un marco estratégico de trabajo y crecimiento. Su dinamismo económico y la calidad humana de su población nos motivan a invertir esfuerzo y talento en la región, generando oportunidades que creemos necesarias para el desarrollo local.

Sin duda, es maravilloso que personas tan formadas como vosotros reviertan ese conocimiento e inversión en su tierra.

Así es. Para nosotros era fundamental volver a nuestra región, aplicar lo aprendido en el extranjero y generar un impacto positivo en nuestra comunidad. Queremos que nuestra experiencia sirva para abrir oportunidades similares a las que nosotros hemos tenido y contribuir a mejorar el entorno desde la arquitectura.

Por otro lado, el sector de la construcción y la arquitectura atraviesa una etapa de transformación marcada por la innovación y la sostenibilidad. ¿Cómo se refleja esto en su trabajo diario?

Desde la crisis de 2008, la arquitectura en España ha tenido que adaptarse a nuevas condiciones económicas y sociales. Esto nos ha llevado a replantear cómo trabajamos con clientes y consultores, adoptando un enfoque más integral, sostenible y colaborativo. Hoy cada proyecto se analiza profundamente antes de su ejecución, considerando no solo la funcionalidad y la estética, sino también el impacto social, ambiental y climático.

Aplicamos estrategias pasivas para mejorar la eficiencia energética de los edificios y diseñamos espacios que fomenten la habitabilidad y el bienestar de los usuarios. La arquitectura se convierte así en una herramienta para mejorar la calidad de vida y el entorno urbano, y no solo en un objeto estético.

De cara al futuro, tanto nacional como internacionalmente, ¿qué objetivos estratégicos o líneas de trabajo se marcan para seguir creciendo y consolidando la posición del estudio?

Nuestro objetivo es consolidar nuestra posición en Sevilla, Andalucía y España, trabajando con clientes privados y participando activamente en concursos públicos.

Internacionalmente, hemos iniciado proyectos en Europa del Este, donde nuestra arquitectura española es muy valorada. Uno de nuestros proyectos más relevantes fue la regeneración fluvial del río Someş en Cluj-Napoca, Rumanía, que ganó premios importantes, como el Premio Andalucía 2024 y el Colegio de Arquitectos de Sevilla 2025.

Actualmente desarrollamos proyectos de gran escala en Europa del Este, tanto públicos como privados. Estos mercados permiten aplicar nuestra experiencia y aprender de errores pasados en urbanismo y desarrollo urbano, generando un impacto positivo y exportando nuestra formación y metodología de trabajo.

Nuestro compromiso es mantener un equilibrio entre consolidar nuestro trabajo local y expandirnos internacionalmente, siempre con una arquitectura de calidad, sostenible y con impacto social.



Puente de Rozelor. Localización: Cluj-Napoca, Rumanía.
Fotografía: Sergiu Razvan.



Vivienda en Prosperidad. Localización: Madrid, España.
Fotografía: Imagen Subliminal (Miguel de Guzmán + Rocío Romero).



ENTREVISTA

JESÚS LARA CRESPO-LÓPEZ

PRESIDENTE DEL
CONSEJO ANDALUZ DE
COLEGIOS OFICIALES
DE APAREJADORES Y
ARQUITECTOS TÉCNICOS
(CACOAAT)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál es actualmente el papel del Consejo Andaluz en el desarrollo del sector de la construcción?

Nuestra naturaleza es la de representar y coordinar a los ocho colegios provinciales. Somos un órgano regulado que aglutina a toda la organización colegial de Andalucía. Contamos con más de 8.000 colegiados, lo que nos convierte en una de las instituciones más relevantes del sector.

Desempeñamos un papel fundamental porque la mayoría de competencias en edificación están transferidas a la comunidad autónoma. El Consejo actúa, por tanto, como interlocutor natural ante la Junta de Andalucía en materia legislativa, normativa y de colaboración institucional. También somos un punto de encuentro y coordinación con el tejido productivo y con las administraciones locales, además de mantener contacto permanente con nuestros colegios y, por extensión, con todos los profesionales colegiados.

Nuestra razón de ser no se limita a los aparejadores y arquitectos técnicos, sino que abarca el conjunto del sector, porque la construcción es estratégica para el desarrollo económico y social de Andalucía.

El colectivo de aparejadores y arquitectos técnicos es clave en cualquier obra. ¿Qué retos afrontan sus colegiados?

Efectivamente, somos una figura clave y regulada por la Ley de Ordenación de la Edificación (LOE). Los arquitectos técnicos ejercemos la dirección de ejecución de obra y controlamos aspectos esenciales: la recepción de materiales, la calidad de la ejecución y la gestión económica. Nuestra labor es decisiva para garantizar que un proyecto se desarrolle con seguridad, calidad y eficiencia.

El reto principal es que la edificación incorpora constantemente nuevas tecnologías. Por eso hablamos de un reto permanente de actualización. No podemos trabajar de forma estática: necesitamos aprendizaje continuo y capacidad de adaptación.

En este contexto, destacaría dos grandes desafíos. El primero, la sostenibilidad: rehabilitación energética, eficiencia y economía circular.

Jesús Lara Crespo-López: “El futuro del Consejo pasa por formación, coordinación y colaboración”



El segundo, la formación constante, porque solo con profesionales preparados se pueden afrontar los cambios que exige el mercado.

Hablemos de sostenibilidad, un concepto muy presente pero difícil de aplicar. ¿Qué papel desempeñan ustedes en este ámbito?

Es cierto que la sostenibilidad a veces se queda en palabras recurrentes, pero para nosotros tiene que aterrizar en la práctica. La profesión de arquitecto técnico es determinante en este sentido porque ejercemos control sobre materiales, procesos y ejecución. Somos pieza clave para aplicar la circularidad en obra.

Llevamos años trabajando en este ámbito. Con los fondos europeos Next Generation, por ejemplo, hemos colaborado con la Consejería de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda, para habilitar oficinas de rehabilitación en cada uno de nuestros colegios provinciales. Desde ellas hemos asesorado a ciudadanos y profesionales en rehabilitación energética de edificios. Esa colaboración público-privada ha sido muy positiva y es una línea que seguiremos reforzando.

Además, dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030,

estamos intensificando la formación de nuestros colegiados en estas materias. Hemos desarrollado programas específicos y adaptados a las necesidades reales de los profesionales, muchos de ellos gratuitos, que han llegado a miles de compañeros en toda Andalucía.

La formación es una de sus prioridades, ¿qué iniciativas concretas desarrollan?

La formación continua es una de las grandes razones de ser del Consejo. Más allá de defender la profesión, debemos garantizar que nuestros colegiados puedan actualizarse y especializarse constantemente.

A nivel nacional, participamos en plataformas que nos permiten acceder a programas de alta especialización con expertos de toda España. En el ámbito andaluz hemos reforzado mucho el trabajo conjunto entre los gabinetes técnicos de los ocho colegios. Hemos creado una red que comparte conocimientos, experiencias y programas, lo que ha permitido lanzar iniciativas conjuntas de gran alcance.

Durante los años de aplicación de los fondos europeos, por ejemplo, hemos impulsado formación extraordinaria en materias de rehabilitación y sostenibilidad. Muchas de estas actividades han sido proac-

tivas, financiadas por la propia organización, porque entendemos que el conocimiento es la mejor herramienta para afrontar los retos de la profesión.

Más allá de la profesión, la construcción es motor económico y de empleo en Andalucía. ¿Cómo valora la situación actual?

El sector ha recuperado parte del protagonismo que perdió tras la crisis. Aquellos años fueron duros y el sector se vio injustamente cuestionado, pero hoy vuelve a ser uno de los grandes motores de la economía andaluza. Aporta de manera significativa al PIB y es clave en la empleabilidad.

Ahora bien, heredamos un problema serio: la falta de mano de obra cualificada y disponible. Se ha perdido la transmisión de conocimiento entre generaciones, y la formación profesional no ha dado respuesta suficiente. No solo faltan trabajadores, sino que los que hay muchas veces carecen de la capacitación necesaria.

Esto es un reto para todos: administraciones, sectores productivos y colegios profesionales. Necesitamos itinerarios formativos atractivos para los jóvenes, sistemas eficaces de acreditación de competencias y una apuesta seria por dignificar la profesión. La construcción es un sector duro, pero estratégico, y debemos hacerlo atractivo para que las nuevas generaciones se incorporen.

En este contexto, se habla mucho de industrialización, ¿cómo la afronta el Consejo?

La industrialización ha llegado para quedarse, pero debemos evitar convertirla en un eslogan vacío. No se trata simplemente de prefabricar casas y colocarlas en un terreno. Es un proceso complejo que requiere planificación, adaptación tecnológica y, sobre todo, contar con los profesionales que trabajan en el sector.

Creemos que es imprescindible que las distintas administraciones tengan en cuenta a los agentes del sector en este proceso. La industrialización no será inmediata, pero sí debe ser progresiva y realista. Con diálogo y planificación conjunta, puede convertirse en una gran oportunidad para mejorar eficiencia y calidad en la edificación.

La colaboración público-privada parece indispensable en este camino.

Lo es. Desde el Consejo Andaluz mantenemos una actitud proac-

tiva y leal con las administraciones. Queremos aportar conocimiento y experiencia, y estamos dispuestos a colaborar en todas las políticas que mejoren el sector.

El mundo cambia a una velocidad enorme: Europa marca exigencias en sostenibilidad, digitalización y eficiencia energética, y la tecnología avanza a pasos agigantados. Pero no debemos olvidar que la ejecución real depende de personas y procesos que necesitan más tiempo de adaptación. De ahí que la colaboración sea fundamental para no dejar a nadie atrás.

Mirando al futuro, ¿qué grandes objetivos se marca el Consejo Andaluz?

Nuestros objetivos se pueden resumir en tres grandes líneas:

Primero, seguir apostando por la formación continua, tanto para colegiados como para la ciudadanía. La sociedad también debe entender el valor de nuestra profesión y de la construcción como sector estratégico.

Segundo, impulsar herramientas útiles para el día a día. Hemos puesto en marcha “DocArqT”, una aplicación para mejorar el control de calidad en obra, ya disponible en los colegios y que será gratuita para profesionales y administraciones. También estamos ultimando el Banco de Precios de Ejecución Material de Andalucía (Pem-A), una base de datos de referencia para licitaciones públicas y privadas que dará transparencia y homogeneidad al mercado.

Y tercero, mantener la colaboración con las administraciones y el sector productivo. Hemos participado, en colaboración con la Agencia Andaluza de la Energía (AAE), en la elaboración y desarrollo de módulos de rehabilitación energética. También hemos colaborado con asociaciones empresariales como FADECO para afrontar juntos el reto de la industrialización.

Con estos proyectos queremos fortalecer al Consejo Andaluz como institución y aportar valor tanto a nuestros profesionales como a la sociedad andaluza.

¿Cómo resumiría la esencia del Consejo Andaluz en pocas palabras?

En tres: formación, coordinación y colaboración. Estas son nuestras señas de identidad y las bases sobre las que construiremos el futuro.



Susana Gómez de Lara: “La arquitectura debe garantizar calidad de vida, preservar el medio ambiente y responder al reto de la vivienda”

ENTREVISTA

SUSANA GÓMEZ DE LARA
DECANA DEL COLEGIO OFICIAL DE ARQUITECTOS DE MÁLAGA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cuál considera que es actualmente la principal misión del Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga dentro del contexto local y global?

El Colegio, como corporación en defensa de los intereses profesionales del arquitecto, también vela por los intereses generales vinculados a la arquitectura en sentido amplio. Nuestra función es social: actuamos como guardianes de la ciudad y del territorio donde se desarrolla la actividad arquitectónica, que al final no es otra cosa que la actividad humana.

Los arquitectos ideamos, diseñamos proyectos y dirigimos obras, siempre acorde a los requisitos básicos de calidad. Uno de los énfasis principales de todos los colegios es precisamente ese: garantizar la calidad, colaborar con las administraciones especialmente las locales— para dar respuesta a los problemas del sector y, sobre todo, preservar el medio ambiente con un objetivo final muy claro: mejorar la calidad de vida de las personas.

¿Qué les diferencia de otros colegios profesionales de arquitectura a nivel nacional e internacional?

A nivel nacional todos compartimos la misma base, ya que nos regimos por los mismos principios y estamos sujetos a la misma normativa. Defendemos la profesión, ofrecemos servicios comunes y afrontamos retos similares, como la dificultad de acceso a la vivienda. Esa problemática es transversal: afecta a Málaga, pero también a Valencia, Alicante, Barcelona o cualquier territorio donde la construcción y el turismo van de la mano.

Lo que marca la diferencia son las cuestiones locales y culturales. En Málaga, por ejemplo, celebramos este año el centenario de la sede colegial, un edificio diseñado por Fernando Guerrero Strachan, un arquitecto que fue figura clave en la transformación urbana de la ciudad entre los siglos XIX y XX y que incluso llegó a ser alcalde. Este tipo de conmemoraciones refuerzan la identidad del colegio en su contexto local.

En el ámbito internacional sí hay diferencias. En España los arquitectos tenemos competencias más amplias que en otros

países europeos, donde nuestras funciones se reparten entre arquitectos e ingenieros. También varía el modelo asociativo: mientras que en España es obligatorio pertenecer al colegio para ejercer, en lugares como Reino Unido existen varias asociaciones entre las que elegir. No obstante, la tónica general en Europa es la existencia de un colegio oficial que garantice la profesión, igual que ocurre con la medicina.

El Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga se caracteriza por una intensa actividad cultural. ¿Qué criterios siguen para seleccionar y promover exposiciones o actividades?

Las actividades no se limitan a la arquitectura. Los arquitectos tenemos una formación humanística y artística muy vinculada al mundo del arte, por lo que también organizamos exposiciones y proyectos culturales más amplios.

En nuestro caso, pueden ser exposiciones de colegiados cuya trayectoria se oriente hacia lo artístico, o bien de autores externos cuya obra tenga calidad e interés. Contamos con comités que valoran las propuestas, y siempre buscamos mantener un nivel alto. Además, colaboramos con otras instituciones para fomentar la cultura y la identidad local.

¿Qué impacto tienen estas exposiciones y cómo se proyectan más allá de Málaga?

El Colegio de Málaga fue pionero en los años 80 en la promoción cultural, hasta el punto de convertirse en un referente provincial. Fruto de esa trayectoria, hoy contamos con una importante colección de arte contemporáneo, de la que piezas significativas se encuentran en préstamo en el Museo Centro



de Arte Contemporáneo de Málaga, en su sede de La Coracha.

En el ámbito internacional no hemos prestado obras, aunque sí hemos recibido préstamos de otras instituciones. Próximamente inauguraremos en el Museo de Málaga una exposición con piezas externas. Además, existe una colaboración entre colegios para rotar exposiciones, lo que permite que no solo los colegiados, sino también la ciudadanía, pueda acceder a estos contenidos.

¿Cómo se vinculan estas actividades culturales con la promoción del urbanismo sostenible y el respeto al entorno?

La sostenibilidad es un eje transversal. Un ejemplo claro es el Observatorio 2030 del Consejo Superior de Colegios de Arquitectos de España. Se trata de una plataforma que analiza problemáticas urbanas y promueve debates y jornadas en torno a temas como la gestión del agua, que abordamos en Málaga el pasado octubre.

Estas actividades no se quedan en lo técnico: incluyen casos de éxito, experiencias educativas y fórmulas prácticas que conciencian sobre la preservación del medio ambiente. Apostamos por la lucha contra el cambio climático, el uso de materiales ecoamigables, la rehabilitación del parque edificado y la regeneración urbana. Todo ello forma parte de nuestra responsabilidad como arquitectos y como institución.

Desde el punto de vista tecnológico, ¿qué avances ha incorporado el Colegio para mejorar sus servicios?

Un paso fundamental fue la digitalización temprana de nuestros procesos, especialmente del visado de proyectos, lo que nos permitió adelantarnos incluso a la propia ley de servi-

cios. Hoy todo ese trámite se hace de forma telemática, optimizando recursos y tiempos.

Además, hemos desarrollado herramientas digitales que facilitan la labor profesional de los colegiados. La modernización tecnológica es ya un estándar en nuestro funcionamiento y nos permite dar un servicio más ágil y eficaz tanto a profesionales como a la ciudadanía.

¿Cuáles son los principales retos de futuro para el Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga?

El más urgente es la escasez de vivienda y la dificultad de acceso a ella. Estamos trabajando a nivel provincial y nacional en medidas de choque para impulsar la construcción de vivienda protegida, ya que muchas personas se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Otro reto es la rehabilitación urbana: regenerar barrios, mejorar entornos y garantizar ciudades más sostenibles y saludables.

Finalmente, queremos consolidar la vertiente cultural del Colegio. Desde los años 80 hemos tenido una trayectoria fuerte en este ámbito, que en algunos momentos se ha ralentizado, pero que estamos retomando con energía. Creemos que la cultura y el conocimiento del entorno son fundamentales para fortalecer la identidad de la ciudad y su patrimonio.

Como decana, ¿qué mensaje le gustaría trasladar a la sociedad sobre el papel del Colegio?

Quiero destacar que, aunque somos una entidad privada, tenemos vocación pública. Damos servicio a la sociedad y cualquier ciudadano puede dirigirse al Colegio para plantear dudas o consultas.

También animamos a participar en nuestras actividades, que cada vez tienen mayor aceptación. Un ejemplo es la celebración del Día Mundial de la Arquitectura, el primer lunes de octubre. Todos los colegios organizamos esa semana visitas guiadas, conferencias y actividades para poner en valor el patrimonio cultural y urbanístico de nuestras ciudades. Son ocasiones perfectas para recordar que preservar el medio ambiente no es solo una cuestión estética: repercute directamente en la salud y el bienestar de las personas.

En definitiva, el Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga es mucho más que una institución profesional. Es un agente activo en la vida cultural, social y urbana de la provincia, comprometido con el futuro de las ciudades y con el bienestar de quienes las habitan.





Blanca Cano: “La sostenibilidad forma parte de nuestra filosofía desde hace más de 15 años”

ENTREVISTA

BLANCA CANO

GERENTE Y PROPIETARIA
DE BLANCA CANO
INTERIORISMO Y
ARQUITECTURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Para empezar, Blanca, ¿cómo nació su proyecto y qué valores definen la filosofía de su estudio?

Nuestro estudio nació tras una etapa inicial en la que trabajé exclusivamente en el ámbito de la arquitectura, con encargos muy diversos: desde proyectos para una empresa farmacéutica, hoteles y urbanismo, hasta muchas viviendas unifamiliares. Esa etapa me permitió conocer el enorme potencial de la Costa del Sol, no solo por su dinamismo económico, sino también por la riqueza cultural y social que concentra.

Con el tiempo me di cuenta de que mi vocación iba más allá. Quería trabajar en el detalle: la luz, las texturas, los materiales, el mobiliario. Esa inquietud me llevó a fundar este estudio, con el objetivo de ofrecer proyectos integrales, de principio a fin, que den al cliente una respuesta completa.

Nuestra filosofía se apoya en tres ideas clave. La primera es escuchar de verdad al cliente: entender sus necesidades, ilusiones e incluso sus miedos, para diseñar un proyecto auténtico y a medida. La segunda es crear con sentido: cada decisión de diseño debe tener un porqué y un hilo conductor que aporte coherencia. Y la tercera es la mejora continua: aprendemos de cada proyecto para perfeccionar procesos y ofrecer siempre lo mejor.

Además, nos esforzamos en convertir un proceso complejo, como puede ser una obra o una reforma, en una experiencia positiva para el cliente, aportando previsión, metodología y confianza. El equilibrio entre creatividad y gestión profesional hace que el resultado sea satisfactorio.

La sostenibilidad y la eficiencia energética son hoy requisitos en cualquier proyecto. ¿Cómo los aplican en su estudio?

La sostenibilidad forma parte de nuestra filosofía desde hace más de 15 años. Creemos que un diseño eficiente empieza por aprovechar



las características del entorno en el que se ubica el proyecto. En la Costa del Sol tenemos un clima privilegiado y apostamos por soluciones bioclimáticas que reduzcan al máximo el consumo energético.

También damos mucha importancia a la selección de materiales: siempre que es posible priorizamos recursos naturales de producción cercana o materiales con baja huella de carbono. Integramos la tecnología a través de la domótica para controlar consumos y promovemos el uso de energías limpias como la geotermia, la solar, la fotovoltaica o la aerotermia.

En definitiva, buscamos que los espacios no solo respondan a las necesidades actuales, sino que estén preparados para el futuro, aportando confort y reduciendo el impacto ambiental.

¿Qué importancia tienen la relación con el cliente y la personalización en sus proyectos?



Para nosotros son el corazón de nuestro trabajo. No hay dos proyectos iguales porque no hay dos clientes iguales ni dos espacios con las mismas necesidades. Escuchar es fundamental, pero también lo es traducir sus aspiraciones en un proyecto real, coherente y viable.

Acompañamos al cliente en cada decisión, orientándolo para que disfrute del resultado final. No es lo mismo diseñar una vivienda familiar que una inversión inmobiliaria; cada caso requiere una respuesta distinta.

Creemos que el interiorismo no es solo una cuestión estética, sino una inversión en valor y en calidad de vida.

Desde su experiencia, ¿qué tendencias están marcando actualmente el futuro del interiorismo y la construcción en Andalucía?

Afortunadamente cada vez hay más conciencia sobre el valor del diseño. El interiorismo ha dejado de ser un lujo reservado para unos pocos y se ha convertido en un requisito básico tanto en viviendas como en negocios. Los clientes son más exigentes: saben lo que quieren y buscan espacios de calidad y con personalidad.

En cuanto a la construcción, vemos un gran reto en la falta de mano de obra cualificada. Esto ha impulsado, por ejemplo, el desarrollo de viviendas prefabricadas, que aportan rapidez y eficiencia, aunque no son una solución única para cubrir toda la demanda. Será fun-



“La mejora continua es fundamental: aprendemos de cada proyecto para perfeccionar procesos”

damental invertir en la formación de nuevos profesionales para garantizar un sector sostenible.

Respecto a tendencias, en Andalucía se está recuperando el uso de materiales tradicionales como los morteros de cal, la piedra natural o técnicas artesanales como la carpintería, la forja y la cerámica. Todo ello se combina con tecnologías innovadoras para crear diseños auténticos y frescos. En definitiva, se trata de reivindicar el estilo mediterráneo, fusionándolo con otras influencias para dar identidad y novedad a los proyectos.

Nuestro patrimonio arquitectónico y cultural es una fuente de inspiración constante, muy valorada tanto por quienes vivimos aquí como por los visitantes y nuevos residentes.

¿Qué metas y retos se plantea su estudio para los próximos años?

Tenemos dos líneas claras: la innovación tecnológica y la diversificación de servicios. La inteligencia artificial y las redes sociales han

multiplicado las referencias y estilos al alcance del público. Eso abre un campo creativo enorme, pero también plantea el reto de transformar esas imágenes en proyectos reales, viables y responsables.

Trabajamos para que la inteligencia artificial nos ayude a mejorar procesos y a enriquecer la experiencia del cliente, sin quedarnos solo en la imagen atractiva.

Con esta misma filosofía hemos lanzado “CasaPatio.shop”, una plataforma que nos permite llegar a clientes que no necesitan un proyecto completo, pero sí buscan integrar piezas de mobiliario y decoración seleccionadas con criterio profesional. Lo diferencial es que cada elección viene acompañada de nuestro asesoramiento especializado, asegurando que aporta valor y encaje en el espacio.

En definitiva, nuestros retos son seguir innovando, crecer de forma sostenible y consolidar un estudio que combina creatividad y gestión profesionalizada, manteniendo siempre la cercanía con el cliente como sello de identidad.

Para terminar, ¿en qué proyectos están trabajando actualmente?

Nuestra base sigue siendo la vivienda unifamiliar, tanto en reformas como en obra nueva, y por supuesto el sector hotelero y de hostelería.

Además, en los últimos años hemos apostado por proyectos de clínicas, como oftalmológicas y dentales, una línea que nos permite explorar nuevas vías creativas y que resulta muy enriquecedora.



Alberto Sánchez Martín: “Nuestra esencia es ser naturales, artesanos y cercanos”

ENTREVISTA

ALBERTO SÁNCHEZ MARTÍN
COFUNDADOR DCALA STUDIO



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
¿Cómo surgió la idea de crear Dcala Studio y cuáles fueron los principales retos iniciales para consolidar la empresa?

La empresa nace del encuentro con mi compañera Marta Méndez, cofundadora, en Marbella. Vimos que había un sector de la población que quería apostar por el interiorismo y el diseño arquitectónico de alto nivel, pero no buscaba lujo por el lujo, ni ostentación. Apostamos por lo que llamamos “lujo silencioso”: proyectos funcionales y cómodos que resuelvan las necesidades del cliente sin caer en la hipérbole del lujo.

Para consolidar la empresa nos apoyamos en la red de artesanos y pequeñas empresas locales con los que ya habíamos trabajado durante nuestros años en Marbella. Esa colaboración con industriales y proveedores de Andalucía —de Jaén, Sevilla o la propia Costa del Sol— nos permitió dar respuesta inmediata a nuestros clientes.

En un mercado tan competitivo, ¿qué distingue a Dcala Studio de otras empresas del sector?

Por un lado, nuestro enfoque de lujo silencioso, en el que integramos naturaleza y salud. Nos estamos especializando en bioarquitectura y neuroarquitectura, buscando confort, calidad y bienestar para las personas que habitan los espacios, más allá de materiales o acabados ostentosos.

Por otro, la transparencia en todo el proceso. En empresas grandes suele haber demasiada fragmentación: un director, un comercial, un creativo, un becario... lo que genera problemas de comunicación. Nos-

otros preferimos controlar todo el proceso con continuidad, de principio a fin, acompañando al cliente en cada decisión. Eso nos diferencia y aporta tranquilidad al cliente.

¿Qué papel tiene la innovación tecnológica en su forma de trabajar?

Estamos apostando por automatizaciones y sistemas colaborativos que nos permitan centralizar la información. Trabajamos con metodología BIM, que integra en un solo archivo todos los datos de un proyecto, facilitando la coordinación entre los distintos actores de la ejecución.

Además, aplicamos inteligencia artificial para optimizar procesos y hacerlos más rápi-

dos y fáciles, reduciendo errores y mejorando la experiencia del cliente.

La sostenibilidad es hoy una exigencia clave. ¿Qué prácticas aplican en sus proyectos?

Hablar de sostenibilidad es complejo, porque a veces se utiliza como etiqueta vacía. Para nosotros, lo más importante es el confort y la salud.

Priorizamos materiales naturales, como pinturas a base de cal que regulan la humedad y aportan bienestar, frente a pinturas plásticas. Siempre que podemos utilizamos materiales locales para reducir la huella de carbono y fomentar la economía cercana. También inten-



tamos reutilizar elementos existentes, como en un proyecto en Sevilla en el que respetamos la solería antigua mientras instalábamos nuevo mármol.

Además, integramos soluciones pasivas de diseño: orientar espacios según la luz solar, aprovechar el aislamiento natural, reducir la necesidad de aire acondicionado... En definitiva, sostenibilidad entendida como confort, durabilidad y lógica constructiva. Como decía Carl Elefante, arquitecto: *“el edificio más sostenible es el que ya está construido”*.

El sector de la construcción en España ha sufrido muchos cambios económicos y normativos. ¿Cómo les ha afectado?

Los principales problemas son dos. Primero, la administración: en la Costa del Sol sufrimos mucha lentitud en licencias y trámites, por falta de técnicos y exceso de burocracia. Entre el diseño y la ejecución se pierden meses que desesperan a los propietarios.

Segundo, la subida de precios tras la pandemia. El incremento de costes de materiales y mano de obra ha reducido la capacidad de acción. En la Costa del Sol, además, los precios de albañilería o fontanería son muy elevados por la escasez de profesionales. A esto se suma la competencia: si un buen equipo está ocupado en una villa, rechaza proyectos más pequeños. Todo esto complica mucho la gestión.

¿Qué objetivos de crecimiento se plantean de cara al futuro?

Queremos afianzarnos en la costa andaluza y, en general, en España, siempre dentro de un contexto mediterráneo. Somos expertos en clima mediterráneo y en arquitectura andaluza tradicional. Por eso creemos que el diseño debe adaptarse al entorno y no seguir modas que no encajan aquí. Por ejemplo, las casas de vidrio abiertas, preciosas en Suecia o Inglaterra, aquí resultan insostenibles por el sol y el calor.

A corto y medio plazo queremos crecer de forma lineal, buscando retos en otros contextos que no hagan desarrollarnos hacia otras formas de habitar. No buscamos convertirnos en una multinacional, porque perderíamos la esencia artesanal y cercana que define nuestro trabajo.

¿Cómo resumiría la filosofía de Dcala Studio?

Nos definen tres palabras: natural, artesano y cercano. Queremos que el diseño mediterráneo, local y lógico sea valorado no solo por ser bonito, sino por ser coherente, saludable y duradero.



ANTONIO GARCÍA-VALDECASAS. MUBE

Siempre he tenido inquietud por crear algo con impacto real

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

“**M**ube es una plataforma para compartir coche enfocada en trayectos cortos, de 0 a 100 km. Conectamos a personas que hacen rutas similares para compartir coche y gastos, promoviendo una movilidad más sostenible, económica y eficiente. La idea nació de una experiencia personal: sufría atascos cada día para ir al trabajo, veía carreteras colapsadas de coches y, en la mayoría, solo iba una persona dentro. Me di cuenta de que muchas personas hacíamos las mismas rutas sin compartir vehículo, y quise dar una solución real a ese problema diario”. Así nació la idea de esta empresa de manos de Antonio García-Valdecasas que



“siempre he tenido inquietud por crear algo con impacto real. Emprender me permitía transformar una necesidad social en una solución concreta, además de desarrollarme profesionalmente en un entorno dinámico y retador”.

Mube supone la primera experiencia para este emprendedor que asegura que “está siendo un reto enorme, pero también una oportunidad única para aprender, crecer y construir algo con impacto real desde cero. Lo mejor es la libertad para construir algo propio y ver cómo evoluciona. Lo más difícil es la incertidumbre constante y la presión por tomar decisiones importantes sin red de seguridad”. En su primera fase la empresa está reinvertiendo casi todos sus ingresos en su crecimiento ya que “queremos que Mube se convierta en la forma habitual de moverse entre pueblos y ciudades cercanas. Ya tra-



bajamos con empresas y ayuntamientos, y nuestro objetivo es ir escalando provincia a provincia, demostrando que compartir coche puede ser una alternativa más eficiente, económica y cómoda para el día a día” asegura este joven para el que es muy importante haber emprendido en su zona. “Creemos que el talento no debe irse fuera para tener impacto. Apostar por Granada es también una forma de contribuir a su desarrollo económico, social y medioambiental”.

ANA ABEL. ONESILEX

El emprendimiento es una aventura apasionante



explica su promotora “somos un equipo multidisciplinar formado por técnicos especialistas en bioseguridad aplicada en la implementación de protocolos de bioseguridad en distintos ámbitos como la higiene animal, salud pública y sanidad vegetal. El objetivo de OneSilex, S.L. es dar servicio de primera mano a quien se encuentra cara a cara con los problemas frente a los animales de producción, creé esta empresa porque vi el vacío que había en este eslabón de la cadena”.

Para Ana Abel este primer emprendimiento le ha proporcionado “la libertad de trabajar para mí y en algo en lo que creo y que se puede mejorar infinitamente. El emprendimiento es una aventura apasionante que ofrece grandes oportunidades, pero también implica grandes desafíos, te permite tomar decisiones propias y trabajar en algo que te apasiona, te da la oportunidad de generar cambios y aportar valor al entorno y te obliga a salir de la zona de confort poniéndote a prueba de forma constante”.

Onesilex, que cuenta ya con tres años de vida busca estar presente en buena parte del mundo desde su origen. “Vengo de estar trabajando mucho tiempo fuera de casa y lejos de mi familia, el tener la oportunidad de poder hacerlo en mi entorno y junto a mi familia hace que las fuerzas para seguir remando y creyendo en el proyecto aparezcan siempre incluso en los momentos más difíciles”, asegura Ana.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

“**O**neSilex S.L. es una empresa especialista en bioseguridad que se ocupa y preocupa principalmente de la salud y el bienestar de los animales. Según



MARÍA ATIENZA. MI BURBUJA ORDENADA

Siento un profundo sentido de autorrealización

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

“**M**i Burbuja Ordenada es una Escuela de Inteligencia Emocional y Orden Vital en el que

acompañó a otras personas en el despertar de su pensamiento crítico para conocerse profundamente, salir del piloto automático, atender sus emociones y mejorar su mentalidad. Cuando la persona establece cuál es su verdadera definición de éxito personal, creamos un plan de acción y formación aunando herramientas de neurocoaching, organización profesional de espacios y educación consciente, para que cada cual encuentre su verdadera felicidad”, relata María Atienza el alma de esta empresa que también ofrece formaciones a empresas e instituciones.

La idea surgió de la propia necesidad de su promotora. “A mis 33 años lo tenía todo, una vida aparentemente feliz, pero toqué fondo a nivel emocional y físico. El crecimiento personal se volvió una herramienta



diaria, una pasión, al igual que lo eran ya la educación consciente y la organización de espacios. Simplemente uní estas tres pasiones. Crear Mi Burbuja Ordenada fue y sigue siendo algo tan orgánico e intuitivo que a veces siento que es la vida la que lo crea a través de mí”.

María, que es funcionaria en excedencia, valora la libertad que le proporciona tener su propia empresa, poder elegir su horario, su lugar de trabajo, sus clientes y sus vacaciones. “Siento un profundo sentido de autorrealización, de contribución al mundo y que mi vida tiene sentido dejando un legado en todas las personas que acompaño día a día. Otra gran ventaja es que me siento viva, joven y activa aprendiendo cada día un montón de cosas”.

Mi Burbuja Ordenada opera desde Almería desde donde atiende, de forma online, a personas de toda España y Latinoamérica. “Para mí las fronteras no existen en ningún sentido, me considero ciudadana del mundo. Lo importante es dejar que la vida me coloque donde pueda aportar más valor, siempre cuidándome a mi primero”, concluye esta joven emprendedora.





Comic-Con Málaga convierte a Andalucía en el mayor escaparate del cómic y los videojuegos



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El consejero de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa, Antonio Sanz, y el consejero de Turismo y Andalucía Exterior, Arturo Bernal, junto con el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, han presentado en Madrid la primera edición de la Convención Internacional de Cómic de San Diego, conocida como la Comic-Con, que, por primera vez, en sus 55 años de historia, sale de EEUU para recalar en Europa. Este evento internacional tendrá lugar del 25 al 28 de septiembre en la capital de la Costa del Sol.

Antonio Sanz ha afirmado que supone un "inmenso orgullo para Andalucía que la San Diego Comic-Con, una de las mayores convenciones de cómics y eventos de entretenimiento multigénero del mundo, haya elegido a Málaga como sede para abrir su filial europea", máxime cuando eran muchas las ciudades europeas que aspiraban a acoger esta gran cita, reivindicando el trabajo desplegado por la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento para lograr que Málaga esta cita.

"Que los organizadores de la San Diego Comic-Con hayan escogido a nuestra tierra, hayan elegido a Málaga, para celebrar su primera convención en Europa habla bien a las claras del serio y riguroso trabajo que está desplegado el Gobierno andaluz para convertir a Andalucía en una tierra de oportunidades. Y habla bien a las claras también de la enorme apuesta que se está realizando desde Andalucía para proyectar al mundo entero la imagen de una comunidad abierta, moderna, digital, innovadora, con un gran potencial, donde es posible hacer creer los sueños", ha manifestado Sanz.



Por su parte, Arturo Bernal ha destacado que la San Diego Comic-Con Málaga se convertirá en un escaparate internacional del talento local, "el gran embajador de la Marca Andalucía en el mundo". "Nuestra tierra se consolida como destino de grandes eventos y Comic-Con generará un impacto económico directo estimado en 30 millones de euros, atrayendo a la Generación Z y millennials y proyectando la creatividad andaluza a nivel internacional".

"Queremos demostrar al mundo lo mucho que Andalucía puede aportar y queremos seguir siendo el escenario de vuestras vidas. Una tierra por la que ha pasado Star Wars, Juego de Tronos, Indiana Jones, la Historia Interminable...y ahora San Diego Cómics-Con Málaga", ha insistido.

Sede malagueña hasta 2027

Antonio Sanz ha agradecido a los directivos, profesionales e inspiradores de la San Diego Comic-Con su "confianza en el potencial y el talento de Andalucía" para organizar la primera edición fuera de territorio norteamericano de este evento desde que en 1970 echara a andar en un hotel de California. El acuerdo alcanzado con los organizadores establece que Málaga será la sede de las tres próximas ediciones, de 2025 a 2027.

Cada año son miles los amantes del cómic y los videojuegos que llegan hasta San Diego para conocer a sus superhéroes favoritos, disfrazarse, ampliar las colecciones de cómics, comprar y vender reliquias y conocer las últimas novedades en la industria del videojuego. "Nosotros queremos que Málaga se convierta a partir de ahora en lugar de peregrinaje obligado para toda esa legión de amantes del mundo del cómic y de los videojuegos", ha expresado Sanz.

El consejero ha resaltado el "amplio retorno para nuestra tierra" que tendrá esta cita de renombre internacional, no ya sólo en términos económicos sino de proyección de la marca Andalucía en el mundo. Se espera que unos 60.000 fans, la mayoría de fuera de Andalucía, acudan este año a Málaga para compartir su pasión por el cómic y videojuegos, número que irá incrementándose en las dos siguientes ediciones.

La San Diego Cómics-Con Málaga va a contar con más de 80.000 metros cuadrados dedicados al entretenimiento y la cultura popular para todos los públicos, sumando a sus 300 horas de contenido la presencia de Disney con dos de sus estrenos más potentes de 2025. Además, va a contar con la presencia del actor Arnold Schwarzenegger como invitado de honor de esta primera edición.

Antonio Sanz ha destacado que la llegada a Málaga de la Comic-Con ha sido posible gracias a la firme apuesta que la Junta de Andalucía, a través de la Empresa Pública de Turismo Andalucía y la Agencia Digital de Andalucía, está desplegando en los últimos años por "consolidar nuestra tierra como un polo de atracción para la industria audiovisual y del videojuego como motores de desarrollo económico, de empleo cualificado y de proyección internacional".

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

El C.D. Sporting Club de Huelva pasará a llamarse “Fundación Cajasol Sporting de Huelva”

L REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA a Fundación Cajasol y el C.D. Sporting Club de Huelva han firmado un convenio de colaboración que supone un paso decisivo en la relación histórica entre ambas entidades. El acuerdo ha sido suscrito por el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, y la presidenta del club onubense, Manuela Romero, en un acto que simboliza una firme apuesta por el deporte andaluz y, en especial, por el fútbol femenino.

Como muestra de este compromiso renovado y fortalecido, el club pasará a deno-

minarse oficialmente “Fundación Cajasol Sporting de Huelva”, incorporando así el nombre de la entidad como Name Sponsor.

Además, este acuerdo va más allá del patrocinio deportivo, se trata de continuar apoyando el deporte como una herramienta estratégica para la formación integral de jóvenes y la transmisión de valores como el esfuerzo, la igualdad y el trabajo en equipo.

Antonio Pulido destacó durante la firma que “el apoyo al talento deportivo andaluz forma parte del compromiso de la Fundación Cajasol con la sociedad, y el fútbol femenino representa una oportunidad inmejorable para seguir avanzando en igualdad



y desarrollo personal a través del deporte”.

Por su parte, Manuela Romero valoró muy positivamente el acuerdo: “Esta nueva etapa con la Fundación Cajasol como principal apoyo supone un impulso histórico para nuestro club, y una gran noticia para

el fútbol femenino en Andalucía”. Con este convenio, la Fundación Cajasol refuerza su papel como agente social y cultural clave en Andalucía, y se consolida como un referente en el respaldo al deporte base y profesional, en especial al deporte femenino.



L REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA Festival de Cine realizado por Mujeres GENERAMMA contará con el respaldo de la Fundación Cajasol, gracias al convenio de colaboración firmado por la entidad con AAMMA, la Asociación Andaluza de Mujeres de los Medios Audiovisuales, entidad organizadora del certamen.

Se trata de un acuerdo que, tal y como destacó Oliva Acosta, directora de GENERAMMA, “nos permitirá abrir las puertas de nuevos espacios culturales y nos acercará a más público de la Bahía y de Cádiz”. Estas palabras fueron pronunciadas durante la presentación de la muestra CORTOS CON SOL: AAMMA PROYECTA, celebrada esta tarde en la Casa Pemán, sede gaditana de la Fundación Cajasol y que forma parte de la colaboración de la entidad con GENERAMMA y con la di-

fusión del cine realizado por mujeres. Por su parte, Pilar Crespo, presidenta de AAMMA, puso en valor la colaboración señalando que “es un apoyo de gran valor que contribuye al crecimiento del Festival. Esperamos que haya llegado para quedarse y seguir contando con este compañero de viaje en el futuro”. En esa línea, Oliva Acosta subrayó que “la Fundación Cajasol es una de las entidades más sólidas y comprometidas con la cultura y la sociedad andaluza, que impulsa de forma continuada proyectos artísticos, educativos y comunitarios”.

**Muestra de socias
CORTOS CON SOL:
AAMMA PROYECTA**

Los seis cortometrajes dirigidos o producidos por cineastas

Fundación Cajasol apoya GENERAMMA, cine hecho por mujeres

de la Asociación Andaluza de Mujeres de los Medios Audiovisuales, AAMMA, que se han proyectado en la Casa Pemán han sido: No pisar, de Rocío Sepúlveda; One-way Cycle, cortometraje de animación de Alicia Núñez Puerto; Orph, de Marta M. Mata; Portales, de Elena Duque y producido por Rocío Mesa; Quejío de Loba, de Andrea Ganfornina y Tiempo y Perdón, de Teresa Trasancos.

Durante la presentación de su trabajo No Pisar, la directora gaditana Rocío Sepúlveda expresó su ilusión porque la muestra “se lleva a cabo en mi tierra, y porque la comparto con mujeres a las que súper admiro”. Sepúlveda se mostró, además, muy agradecida porque el festival haya apostado por la comedia con la elección de su cortometraje.

También intervino Teresa Trasancos, directora de Tiempo y Perdón, quien subrayó: “AAMMA está haciendo un trabajo increíble, y ver cómo crece GENERAMMA es una prueba de ello. Estoy muy emocionada de compartir nuestro cortometraje con el público y con



el resto de compañeras que también presentan sus proyectos”.

“El apoyo de Cajasol, sin duda, ilumina este proyecto y lo vincula con nuestro eje de este año: –la luz, el sol–”, concluyó Oliva Acosta, tras la proyección de los cortometrajes.

Los trabajos que forman parte de la muestra CORTOS CON SOL: AAMMA PROYECTA se proyectarán de nuevo el 13 de septiembre en el Centro de Interpretación del Vino y la Sal de Chiclana.

GENERAMMA 2025 es un festival organizado por la Aso-

ciación Andaluza de Mujeres de los Medios Audiovisuales (AAMMA) con la financiación principal del Área de Servicios Sociales, Familias e Igualdad de la Diputación Provincial de Cádiz, subvención y equipamientos del Ayuntamiento de Chiclana y apoyo de la Consejería de Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, la Filmoteca de Andalucía y la Fundación Cajasol. Además, colaboran con el festival la Fundación SGAE, la Academia de Cine de Andalucía, el Consejo Audiovisual de Andalucía, RTVA, RTVE y la Filmoteca Española.

La sede de la Fundación Cajasol en Sevilla ha acogido una nueva edición del ciclo de Encuentros Informativos Europa Press, bajo el título “Andalucía desde sus territorios”. Una cita de gran calado institucional que ha reunido a los presidentes y presidentas de las ocho diputaciones provinciales de Andalucía, en un foro organizado por Europa Press Andalucía, con la colaboración de la Fundación Cajasol y el patrocinio de Moeve.

El acto ha servido para reflexionar sobre los principales retos que afronta la comunidad en el último tramo del mandato provincial, así como para compartir experiencias de gestión desde las distintas realidades territoriales de Andalucía. Entre los temas abordados han destacado el agua, la financiación local, las infraestructuras, la despoblación, la energía y la necesidad de una mayor colaboración entre administraciones.

Durante la apertura del encuentro, el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, destacó la oportunidad de este tipo de foros en un contexto marcado por la actualidad política y la inminencia de nuevos comicios autonómicos. “Vivimos una coyuntura estratégica, con un ambiente preelectoral cada vez más presente, y por eso creemos más que nunca en la necesidad de abrir espacios de diálogo plural y de análisis reposado”, señaló. En este sentido, Pulido subrayó que “tenemos con nosotros en una misma mesa de debate a los máximos responsables de las instituciones públicas que mejor representan la diversidad y la pluralidad de los territorios andaluces”, y añadió que “aunque cada provincia defiende sus prioridades y legítimos intereses, también es cierto que hay margen para la cooperación en favor del avance de todos los municipios andaluces, incluso en tiempos de tensión política”.

El evento contó con la presencia de



Foro ‘Andalucía desde sus territorios’ con Europa Press

numerosas autoridades institucionales, entre ellas el presidente del Parlamento de Andalucía, Jesús Aguirre; el consejero de Justicia, Administración Local y Función Pública, José Antonio Nieto; el Defensor del Pueblo Andaluz, Jesús Maeztu; el presidente de la Cámara de Cuentas de Andalucía, Manuel Alejandro Cardenete; y

el presidente ejecutivo de Europa Press, Asís Martín de Cabiedes, entre otros representantes del ámbito político, social y económico andaluz.

Los presidentes provinciales aprovecharon el foro para hacer balance de los dos primeros años de mandato y proyectar sus prioridades para lo que resta de legislatura. El presidente de la Diputación de Almería, Javier Aureliano García, destacó el esfuerzo inversor y la planificación a largo plazo; desde Cádiz, Almudena Martínez del Junco centró su intervención en el empleo, las infraestructuras y el impulso a la inversión; Salvador Fuentes, presidente de la Diputación de Córdoba, abordó cuestiones relacionadas con el agua, la energía y la coordinación institucional.

En representación de Granada, la vicepresidenta Marta Nieves puso el foco en el saneamiento económico, la atención a los municipios pequeños y la recuperación del patrimonio. David Toscano, presidente de la Diputación de Huelva, apostó por el orden administrativo, la igualdad territorial y la mejora de la gestión interna.

Por su parte, Francisco Reyes, presidente de la Diputación de Jaén, reivindicó el papel del municipalismo en el equilibrio territorial y la necesidad de mejorar la financiación local. Francisco Salado, presidente de la Diputación de Málaga, hizo balance



de los proyectos provinciales en materia de agua, movilidad y seguridad, mientras que Javier Fernández, presidente de la Diputación de Sevilla, defendió la labor de las diputaciones como administraciones imprescindibles y propuso crear una conferencia andaluza de presidentes provinciales para avanzar en la coordinación con la Junta de Andalucía.

El encuentro concluyó con una segunda ronda de intervenciones centrada en los próximos dos años de mandato, y con la constatación de que Andalucía avanza desde sus territorios, pero necesita más coordinación y recursos para afrontar los desafíos comunes. Desde la Fundación Cajasol, este tipo de foros reafirman su compromiso como espacio plural de encuentro, escucha y colaboración entre instituciones.



AGENDA

SEPTIEMBRE - OCTUBRE

18
Sept.

- The Covered Bond Congress. Fibes. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla.

8
Oct.

- 42º Congreso Nacional de Ingeniería en el Sector de la Sanidad. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

24
Sept.

- Al Andalus Innovation Venture. Sevilla TechPark.

14
Oct.

- FORO TRIBUNA DE ANDALUCÍA. III FORO TURISMO. Presente y Futuro del Turismo en Cádiz. Hotel Cádiz Bahía. Cádiz.

25
Sept.

- San Diego Comic-Con Málaga (SDCC Málaga). Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

15
Oct.

- II TRADE GLOBAL. Fibes. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla.
- 70º CONGRESO SEFH. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

26
Sept.

- La Noche Europea de los Investigadores. Casa de la Ciencia. Sevilla.

22
Oct.

- Greencities. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.
- I SERAU- ESER ANNUAL SCIENTIFIC MEETING 2025 // X CONGRESO SERAU. Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

- TIS - Tourism Innovation Summit. Fibes. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla.

6
Oct.

- FORO TRIBUNA DE ANDALUCÍA. I FORO AGROALIMENTARIO: El milagro del agua en Almería. Teatro Apolo. Almería.

23
Oct.

- AVEPA-SEVC. Fibes. Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla.

7
Oct.

- Global Photonics Economic Forum (GPEF2025). Fycma - Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

28
Oct.

- Expo Agritech 2025, La Feria del Campo 4.0. 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