



Tribuna de Andalucía

Periódico regional de información Económica y Empresarial de Andalucía

JULIO MMXXVI | 1,20€ | Andalucía

TRIBUNADEANDALUCIA.ES

José Caraballo Bello:
“En el tratamiento de residuos, toda la comunidad tiene que estar implicada” P2



ENTREVISTA.
CONSEJERO DELEGADO
DE ABORGASE

NUEVA ECONOMÍA

Ana Jáuregui.
Ingeniera y
Directora-Gerente del Real
Alcázar de Sevilla
El modelo andaluz de
sostenibilidad que blinda
nuestro futuro y nuestro
pasado P24



Gustavo de Medina
y Álvarez. CEO de
Ibersponsor, Consultores
de Comunicación
Cuando el mensaje
trasciende el púlpito:
la gran lección de
comunicación del Papa
León XIV en España P27



Rosa Siles.
Consejera y Mentora.
Directora Ejecutiva de
Founders Andalucía
Sostenibilidad
industrial: la nueva
ventaja competitiva de
Andalucía P28



José Manuel
Gómez Muñoz.
Presidente del
Consejo Andaluz de
Relaciones Laborales
(CARL)



La inteligencia artificial
en la resolución de conflictos
laborales P29



My Top Tour e Hidroinfiltrador,
empresas ganadoras de los
Premios AJE Andalucía 26 P5

ESPECIAL DESARROLLO SOSTENIBLE

Tres de cada cuatro
autónomos (el 75,6%) han
subido los precios desde
junio de 2025 para afrontar
el alza de costes P6



La Junta moviliza otros
49 millones para financiar
a empresas innovadoras
andaluzas que quieran
expandirse P9



El antiguo Colegio
Jesuita de Santa Catalina
de Trigueros abre una
nueva etapa P62

José Caraballo Bello: “Desde Andalucía, con innovación y tecnología, somos referentes en sostenibilidad dentro y fuera de España”



ENTREVISTA

JOSÉ CARABALLO BELLO
CONSEJERO DELEGADO
DE ABORGASE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Abonos Orgánicos de Sevilla (ABORGASE) es una empresa andaluza líder y pionera en el tratamiento de Residuos Sólidos. ¿Cuál es la importancia de este centro tan fundamental para Sevilla?

ABORGASE lleva casi seis décadas dedicada a la gestión y tratamiento de residuos sólidos urbanos. Aquí adquiere especial importancia el Centro Integral Montemarta Cónica, el verdadero corazón de nuestra actividad. Es un complejo medioambiental de 180 hectáreas situado en los términos de Alcalá de Guadaira y Utrera, que recibe y trata 650.000 toneladas de residuos municipales al año, con una facturación de en torno a los 23 millones de euros.

El Centro Integral empieza a funcionar en el año 90 aproximadamente con la actividad de vertido controlado. A partir de ahí y a lo largo de todos estos años se han ido desarrollando las instalaciones del Centro Montemarta Cónica, ubicado en Alcalá de Guadaira, para hacer el tratamiento más adecuado de los residuos. Este centro tiene una enorme importancia porque presta servicio a toda Sevilla y su área metropolitana en el ámbito de las mancomunidades de Los Alcores y el Guadalquivir.

ABORGASE inició su actividad en 1967 y fuimos los pioneros en España en la valorización de residuos. En Montemarta Cónica comenzamos en 1990, inicialmente como vertedero controlado, y de ahí pasamos a consolidarnos como uno de los grandes centros de tratamiento de residuos de Andalucía.

En 1996 comienza la construcción de la planta de tratamiento de RSU y se pone en marcha en 1998.

En la actualidad, en este centro gestionamos los residuos de Sevilla y su área metropolitana, cubriendo 42 municipios y más de un millón y medio de habitantes.

En Montemarta Cónica se reciben los residuos procedentes de los municipios, directamente de la recogida viaria, o que han pasado por estaciones de transferencia. El tratamiento consiste en la extracción de todos los materiales que pueden valorizarse por reciclado, la materia orgánica se estabiliza, y se utiliza en campo, en caso de tener la calidad necesaria, generamos energía a partir del gas extraído del vertedero. En el caso de Montemarta Cónica, se genera la energía necesaria para abastecer a una población de más de 50.000 habitantes.

¿Cómo se articula el grupo ABORGASE?

El conocimiento que la empresa ha desarrollado y adquirido a lo largo de casi seis décadas en el sector de la gestión de los residuos se ha canalizado en otras empresas especializadas en áreas de la gestión, y que están llevando a cabo un proceso de expansión territorial, incluso a nivel internacional.

Energía Sur de Europa es líder en la producción de energía a partir del gas extraído de los residuos. Actualmente opera 10 plantas en España, siendo el principal operador nacional de esta especialidad, y ha iniciado

exitosamente la actividad en México, donde opera 3 plantas en los estados de Monterrey y Ciudad de México. Asimismo, está explorando oportunidades en otras localizaciones de Hispanoamérica, como Ecuador y Costa Rica.

Por su parte, GSA Servicios Ambientales cuenta con más de 30 años de trayectoria dedicada a la prestación de servicios medioambientales. Está especializada en la gestión integral de todo tipo de residuos, siendo referente en la recogida de vidrio en el sur de España. Hasta ahora su ámbito de actuación se centraba principalmente en Andalucía. Sin embargo, acaba de acometer la mayor expansión territorial de su historia al resultar adjudicatario del concurso convocado por Ecovidrio para la recogida y el almacenamiento de envases de vidrio en distintas provincias de Andalucía, Extremadura y Canarias para los próximos ocho años. Este tipo de residuos es el punto de partida en estas regiones, en las que la empresa prevé ampliar su actividad.

Además, está EDIFESA, una empresa de ingeniería y tecnología especializada en procesos de tratamiento de residuos. En 2026 cuenta con una cartera de siete millones de euros en proyectos de plantas de tratamiento en diferentes centros de España. Asimismo, lidera el programa de innovación del grupo, con experiencia en tecnologías bioquímicas, de conversión y purificación de gas, de reciclaje de plásticos entre otras, lo que la hace una empresa de ingeniería singular por el amplio conocimiento que ha generado.

Hay pocas empresas de gestión de residuos que no hayan sido absorbidas por grandes grupos; es el caso de ABORGASE.

Nosotros somos una empresa andaluza y sevillana y una de nuestras señas de identidad

es, precisamente, que somos una empresa mediana dentro de un sector, que es el de los residuos sólidos urbanos, donde toda la actividad está muy concentrada en empresas muy grandes. Somos uno de los pocos operadores que quedan en el sector de forma independiente, al margen de los grandes grupos controlados por fondos y capital multinacional.

Esto tiene varias ventajas. Por una parte, la agilidad en nuestra toma de decisiones. Yo, como consejero delegado, mantengo un trato muy directo y personalizado con nuestros clientes. Hay una gran cercanía y estamos muy integrados con toda la comunidad local, que creo que agradece esa conexión tan cercana.

Somos una empresa mediana que gestiona un centro muy grande, el mayor de Andalucía y uno de los mayores de España de este tipo de actividad.

Y nuestras expectativas son seguir creciendo porque intentamos siempre implementar nuevas actividades dentro de lo que es el tratamiento, que también nos hagan crecer en facturación.

Desde Andalucía, con innovación y tecnología, somos referentes en sostenibilidad dentro y fuera de España.

¿Cómo ha ido evolucionando el sector en estos últimos años teniendo en cuenta las mejoras en innovación, tecnología y mecanización?

Nuestro sector está profundamente marcado por la normativa ambiental, con lo que hemos tenido que ir evolucionando a medida que se han ido implantando nuevas normas andaluzas, nacionales y europeas. Tenemos que estar en continua adaptación.

A veces los cambios son demasiado rápidos, pero las empresas no tenemos alternativa. Hay que adaptarse y eso supone un





esfuerzo importante. Nosotros recibimos una cantidad de residuos diaria enorme y tenemos que tratarlos de la forma en la que estamos obligados. Y eso solo se puede hacer con inversión continua e implantando nuevas tecnologías para ir estando al día.

Es evidente que las plantas de hace veinte o cuarenta años no tienen nada que ver con las que tenemos ahora y a esas mejoras nos ha ayudado, sin duda, la tecnología.

“Nuestro sector está profundamente marcado por la normativa ambiental. Tenemos que estar en continua adaptación”

En este sentido, tenemos un programa de I+D que se lleva a cabo en el Centro, y tiene el objetivo de desarrollar soluciones tecnológicas aplicadas a 4 fracciones de los residuos: materia orgánica, biogás/biometano, plásticos residuales y rechazos.

Por otra parte, las operaciones de ABORGASE están basadas en un sistema integrado de gestión, que persigue la excelencia y la transparencia y verificabilidad. En esta línea se han implantado con éxito normas de operaciones (calidad, energía, LEAN), medio ambiente, huellas (ambientales, carbono, agua) sostenibilidad y responsabilidad social.

Todo ello, además, enmarcado en un Plan Estratégico que define los objetivos empresariales de ABORGASE, organizados según cuatro pilares: gobernanza, economía circular, excelencia medioambiental y compromiso social. Esta estrategia es la base y la hoja de ruta para la empresa. Recientemente hemos publicado el análisis del primer año, con un grado de cumplimiento superior al 90% de los objetivos marcados. Con ello, se hace patente que la empresa avanza según el plan en los dos grandes objetivos de reducción del vertido a residuos y de incremento del valor extraído de los residuos.

Entre los avances más destacados figura,

en el ámbito de la economía circular, la nueva línea de tratamiento de residuos sólidos urbanos ya está en plena operación, se han renovado las plantas de envases y se ha finalizado el proyecto All to Gas de producción de hidrógeno y metano a partir de biomasa y residuos.

En excelencia ambiental, se mantienen actualizadas las huellas de carbono, ambiental e hídrica de la organización.

La ES25-30 supone, además, un ejercicio de transparencia sobre los impactos económicos, ambientales y sociales de la actividad de ABORGASE, alineado con nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

ABORGASE tiene también otra vertiente, que es la divulgativa, que forma parte de su perfil más social. ¿Qué ac-

ciones desarrolláis en este sentido?

En el tema del tratamiento de residuos, para cumplir los objetivos, toda la comunidad tiene que estar implicada. Cada ciudadano tiene que hacer su parte desde que es un niño y, por eso, nosotros creemos que es imprescindible desarrollar en nuestras instalaciones sesiones didácticas de divulgación para todo tipo de públicos.

El año pasado recibimos a más de 1.500 personas que visitaron el centro y conocieron de primera mano todo el proceso de gestión de los residuos que generamos entre todos.

Tenemos un aula donde explicamos todo el proceso, desde que se genera el residuo en casa hasta que se trata en plantas de este tipo. Creo que conocer hace que la gente sea más consciente de que todos tenemos un papel fundamental en esta historia.

Todos tenemos que ser conscientes de que el reciclaje tiene que comenzar en casa separando los residuos y haciendo una primera clasificación que después nos permite a nosotros abordar las siguientes fases del proceso. Sin esa primera selección es muy difícil realizar un tratamiento de residuos adecuado.

En esta línea de formación habéis establecido una colaboración con la Universidad de Sevilla. ¿Cómo funciona esa Cátedra que habéis creado?

El hecho de ser un grupo mediano nos lleva a tener que colaborar con otros para poder acometer proyectos que nos interesan, pero que serían inviables para hacerlos nosotros solos. Con la Universidad de Sevilla hemos tenido una relación muy estrecha, de muchos años, de proyectos de investigación, de becas con alumnos, etc. Y decidimos poner en marcha una Cátedra que fuese una referencia de economía circular y

lo estamos acometiendo diferentes iniciativas como jornadas, premios, becas...

El 1 de octubre tenemos un gran evento programado en el que se van a dar cita todos los actores de la economía circular, desde las administraciones, pasando por las universidades y, por supuesto, el mundo de la empresa.

Es la sexta edición. Se ha hecho siempre en Sevilla, excepto el año pasado, que nos trasladamos a Extremadura.

En la edición de este año habrá novedades, como siempre, porque estamos hablando de un sector muy dinámico que cambia continuamente y hace que tengamos que ponernos al día. Nos servirá para escuchar las voces más representativas del ministerio, distintos gobiernos autonómicos, entre ellos la Junta de Andalucía, y los gestores. Es un foro de muy alto nivel que se ha convertido ya en una referencia a nivel andaluz.

“El 1 de octubre tenemos un gran evento programado en el que se van a dar cita todos los actores de la economía circular, desde las administraciones, pasando por las universidades y, por supuesto, el mundo de la empresa”

Uno de los valores de ABORGASE es destacar la labor de sus empleados y el respeto por su trabajo.

Para nosotros ese es un punto fundamental. Somos un importante foco de creación de empleo. La empresa en sí tiene 120 trabajadores, pero en el centro trabajan más de 300 personas cada día. Todas estas personas, o un porcentaje altísimo de ellas, son de la comunidad local, de los municipios de alrededor o de Sevilla.

Nos sentimos muy orgullosos de nuestra plantilla, de la relación que tenemos con ellos y también de su enorme implicación en el trabajo.

¿Cuáles son las perspectivas de futuro de ABORGASE en el medio y largo plazo?

Nuestro futuro está ligado a la explotación del Centro Montemarta Cónica, en Alcalá de Guadaira, y por eso estamos continuamente buscando nuevas tecnologías que podamos aplicar para el tratamiento de residuos. Estamos investigando en torno a la producción de biometano para inyección en red, el tratamiento de materia orgánica selectiva e, incluso, pensando un poco más allá, en el reciclaje químico de plástico y en la valorización energética.

Nuestro objetivo es seguir prestando servicio y ser cada vez más responsables y eficientes y, por supuesto, cumplir con lo que nos van señalando las diferentes normativas.



ENTREVISTA

GERMÁN J. ARENAS
INVESTIGADOR DE LA FUNDACIÓN
HAY DERECHO



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Fundación Hay Derecho acaba de presentar 'El Dedómetro – Edición Andalucía 2026', un exhaustivo informe que evalúa la trayectoria, formación e independencia política de 153 directivos a lo largo de un ciclo histórico de 26 años. ¿qué revela esta experiencia sobre la transparencia efectiva del sector público instrumental andaluz?

Lo que revela es que, muy a menudo, la transparencia efectiva es más una cuestión de voluntad política y no tanto de límites legales. De hecho, el mejor contraejemplo lo tuvimos en el propio trabajo de campo. Y es que, mientras muchas entidades se escudaron en un tecnicismo para inadmitir la solicitud, otras demostraron una disposición excelente, colaborando activamente en revisar, completar y validar la información de sus directivos. Por tanto, la ley no era el verdadero obstáculo.

El problema es que el sistema actual permite que la transparencia dependa de la buena disposición de cada gestor. Cuando esa voluntad no existe, la información se vuelve formalmente pública pero operativamente inaccesible, obligando a rastrear boletines oficiales, memorias antiguas y webs dispersas. Si conseguir un dato exige un esfuerzo de investigación tan complejo, la transparencia pierde su función real, que es facilitar el control ciudadano y rendir cuentas de forma sencilla.

En su investigación detectaron una gran pérdida de trazabilidad documental debido a los constantes cambios de nombre de las consejerías, lo que llaman rebranding institucional. Desde la perspectiva de las políticas públicas, ¿qué ineficiencias o costes ocultos genera para la administración esta falta de memoria histórica?

Cada cambio de denominación, cada redistribución de competencias o cada reestructuración institucional rompe series históricas, dificulta localizar documentos y obliga a reconstruir manualmente la memoria administrativa. Eso consume tiempo, recursos y dinero, tanto dentro de la Administración como fuera de ella. La buena administración

Germán J. Arenas: “La vinculación política sigue inclinando la balanza en demasiados nombramientos”

también consiste en conservar la memoria institucional. Si la información deja de ser trazable, disminuye la capacidad de evaluar políticas públicas y encarece el coste de controlar la acción de los poderes públicos.

El informe saca a la luz una llamativa disparidad censal: el inventario estatal registra 128 entes, los presupuestos de la Junta 71 y el inventario autonómico 76. Para un análisis de calidad institucional, ¿cómo afecta este desajuste en el perímetro a la hora de fiscalizar de forma eficiente el gasto público andaluz?

Es una anomalía preocupante. Que una pregunta tan elemental como cuántas entidades públicas tiene Andalucía reciba tres respuestas oficiales tan diferentes demuestra que tenemos un problema grave de nitidez institucional. Cada cifra puede tener su explicación técnica o jurídica, pero el resultado práctico es que existe un perímetro ciego para el ciudadano. Si no compartimos un mapa idéntico de la administración, la fiscalización eficiente se vuelve imposible. No se puede evaluar de verdad el rendimiento de las políticas públicas ni controlar el gasto si decenas de consorcios, fundaciones o empresas participadas aparecen y desaparecen según el registro que consultes. Para que la calidad institucional sea real, el perímetro del dinero público tiene que ser único, transparente y cerrado.

El sector instrumental andaluz gestiona un presupuesto de más de 23.349 millones de euros, equivalente a casi el 12% del PIB regional. ¿Cómo explica desde la ciencia política que un entramado de este tamaño financiero obtenga un aprobado justo de 5,4 en su indicador global de mérito y capacidad?

Lo primero que conviene recordar y destacar es que el 5,4 no mide el funcionamiento de las entidades, sino la adecuación objeti-

va de los perfiles de quienes las dirigen. Y ese aprobado justo refleja una realidad muy heterogénea. Encontramos excelentes profesionales conviviendo con nombramientos cuya formación o experiencia guardan una relación muy limitada con la materia que gestionan. Lo preocupante no es únicamente la nota media, sino la enorme dispersión de resultados. Hay entidades donde la especialización parece ser la norma y otras donde sigue predominando una lógica mucho más discrecional.

Las agencias analizadas manejan un presupuesto medio de 92,5 millones de euros. Tras analizar los 153 perfiles directivos, ¿predomina en los nombramientos el criterio de especialización y trayectoria técnica o sigue pesando en exceso la vinculación de naturaleza política?

No tenemos una respuesta en blanco o negro, porque encontramos casos muy positivos. Andalucía ha consolidado casos de éxito y buenas prácticas de selección en sectores muy complejos. Sin embargo, los datos demuestran que la vinculación política sigue inclinando la balanza en demasiados nombramientos, especialmente allí donde la ley deja la puerta abierta a la libre designación sin fijar filtros previos. Eso sí, nuestro estudio no cuestiona que un Gobierno pueda nombrar libremente; lo que plantea es si esa libertad debería ir acompañada de estándares míni-

mos de especialización y experiencia acordes con la complejidad de las organizaciones que se dirigen.

El estudio abarca un ciclo de 26 años con distintas legislaturas. Al evaluar la evolución temporal, ¿se observa que la alternancia política haya reconfigurado los procesos de selección o las inercias del clientelismo institucional se mantienen de manera estructural?

Hemos encontrado mejoras evidentes en algunas entidades durante los últimos años, especialmente allí donde se han introducido procedimientos reglados de selección. Pero también hemos identificado problemas que atraviesan varias legislaturas, esto es, elevada rotación, falta de requisitos específicos y el uso recurrente de la alta dirección como una pista de "aterrijaje" para perfiles políticos que se han quedado sin sitio en otros ámbitos. Más que un problema de un gobierno determinado, hablamos de un modelo institucional que todavía tiene un amplio margen de mejora.

¿Puede la profesionalización de la alta dirección pública influir en la competitividad económica de Andalucía?

La literatura académica internacional lleva décadas señalando que instituciones más profesionales generan mejores políticas públicas, mayor estabilidad regulatoria y mayor confianza de ciudadanos e inversores. Nuestro estudio no pretende demostrar una relación causal directa entre un nombramiento concreto y el crecimiento económico, pero sí pone de relieve que quienes gestionan miles de millones de euros, infraestructuras estratégicas o servicios esenciales desempeñan un papel decisivo en la calidad institucional. Y la calidad institucional constituye uno de los factores más relevantes para el desarrollo económico de cualquier territorio.

Andalucía destaca positivamente por contar con requisitos formales de selección en 10 de las 40 entidades, consolidando filtros entre 2020 y 2023. A la luz de las conclusiones, ¿son suficientes estas reformas recientes o urge un cambio normativo radical para que el mérito de los gestores sea la norma y no la excepción?

Las reformas emprendidas entre 2020 y 2023 son una buena noticia. Hemos encontrado entidades como ACCUA o Andalucía Emprende donde la introducción de requisitos objetivos y procedimientos abiertos ha elevado claramente el nivel de profesionalización. Eso demuestra que las reformas funcionan. Sin embargo, siguen siendo excepciones. Lo deseable sería avanzar hacia un marco común que establezca unos estándares mínimos para todas las entidades: requisitos objetivos, procesos transparentes, publicidad de los currículos, evaluación del desempeño y mayor estabilidad de la dirección pública. El mérito y la capacidad no deberían depender de la entidad concreta en la que uno sea nombrado, sino convertirse en la regla general del sector público institucional.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Asociación de Jóvenes Empresarios de Andalucía (AJE Andalucía) ha celebrado la gala de entrega de los Premios AJE Andalucía 26, donde se han reconocido los proyectos empresariales y emprendedores más destacados de la región.

En un acto que ha congregado en Córdoba a más de 300 asistentes -entre empresarios, autoridades y asociados-, se han anunciado los dos ganadores de esta edición, enmarcada bajo el lema "Trayectorias e Iniciativas de Éxito": My Top Tour, en la categoría de Trayectoria Empresarial, e Hidroinfiltrador, en la categoría de Iniciativa Emprendedora; ambos de origen granadino.

La entrega de premios ha estado presidida por el presidente de AJE Andalucía, Félix Almagro; el alcalde de la ciudad, José María Bellido; el presidente de Iprodeco, Félix Romero; el director general de Fomento del Emprendimiento de la Junta de Andalucía, Francisco Javier González, y la presidenta de AJE Córdoba, Esther Capitán. Asimismo, ha estado respaldada por Eccuo, Grupo Sercolu y Grupo Copodat SPM como patronos de AJE Andalucía y ha contado con la financiación de Iprodeco; la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación y Eroski, así como con la colaboración del Instituto Andaluz de la Juventud, Banco Sabadell y Mundo Móvil Network.

Los premiados

My Top Tour, agencia de viajes granadina especializada en la gestión y venta de tickets, tours y experiencias culturales en más de 42 destinos en todo el mundo, ha sido seleccionada como ganadora en la categoría de Trayectoria Empresarial gracias a un importante crecimiento experimentado en los últimos años tanto en facturación como en generación de empleo: en 2025 alcanzó los 39,6 millones de euros (lo que ha supuesto un crecimiento del 141%) y ya cuenta con más de 100 personas en su equipo.

Por su parte, Hidroinfiltrador es proyecto nacido en 2025 basado en una tecnología patentada que permite aprovechar al máximo el agua de lluvia y de riego en cultivos arbóreos y arbustivos, aumentando la producción agrícola y reduciendo el consumo de agua. Ya ha generado siete empleos directos y más de diez indirectos y ha extendido su patente a países europeos, así como a EEUU, Australia, China, México, Ecuador y otros mercados.

La empresa y el emprendimiento andaluz "Hoy no solo hemos premiado proyectos: hemos reconocido la actitud de una generación que emprende, consolida negocios y crea empleo en Andalucía. Veintiséis ediciones después, los Premios AJE Andalucía siguen siendo la mejor plataforma para decir alto y claro que el talento joven merece visibilidad y confianza" ha señalado el presidente de AJE Andalucía durante su discurso.

Almagro ha subrayado que "detrás de cada candidatura hay riesgo, horas sin reloj y compromiso con esta tierra. Por eso pedimos algo muy sencillo a las instituciones: reglas más justas y menos trabas. Conciliación real también para autónomos y empresarios, acceso a financiación y vivienda sin penalizar a quien emprende, además de una administración ágil". "No reclamamos privilegios; exigimos igualdad de oportunidades para que estos ejemplos de emprendimiento que reconocemos hoy, se multipliquen mañana" ha añadido.



My Top Tour e Hidroinfiltrador, empresas ganadoras de los Premios AJE Andalucía 26



Desarrollo de la convocatoria

Los Premios AJE Andalucía 26 se han desarrollado en dos fases: la provincial, liderada por cada una de las ocho AJEs andaluzas, y la regional. Este año se han presentado más de 120 candidaturas en la primera etapa, siendo las ganadoras por categoría y provincia -un total de 16- las que han competido en el posterior proceso regional.

La elección de los dos premiados ha corrido a cargo de un jurado independiente integrado por personalidades de reconocida trayectoria en el mundo empresarial, institucional y académico.

Un impulso para los jóvenes empresarios. Además del reconocimiento, las iniciativas galardonadas por AJE Andalucía serán apoyadas con un plan de comunicación que contribuirá a visibilizar sus proyectos.

A lo largo de sus veinticinco ediciones previas, los Premios AJE Andalucía han impulsado la visibilidad y la consolidación de empresas jóvenes andaluzas como la granadina Transandalus, dedicada al sector de la logística y el transporte, y Sonora Intelligence, proyecto nacido en 2024 en Sevilla y especializado en la creación de asistentes virtuales de voz basados en Inteligencia Artificial.

Tres de cada cuatro autónomos (el 75,6%) han subido los precios desde junio de 2025 para afrontar el alza de costes

► Barómetro del II Trimestre de 2026 realizado por la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DE SU NEGOCIO

En este Barómetro hemos preguntado a los autónomos por la evolución de su actividad durante el segundo trimestre del año y se comprueba que dos de cada diez autónomos, el 21,6% afirma que su negocio ha crecido en comparación con el segundo trimestre de 2025, porcentaje inferior al 29,7% que afirma que lejos de crecer su negocio ha descendido. El 46,7% de los autónomos encuestados afirma que su negocio se ha mantenido igual que el año pasado.

Las perspectivas de los autónomos de cara a los próximos meses no son tampoco muy halagüeñas. Únicamente el 18,0% de los autónomos cree que su negocio crecerá de cara a los próximos meses. El 46,3% espera que su actividad se mantenga estable y uno de cada cuatro autónomos, el 25,6%, no es tan optimista y considera que su situación empeorará de cara a los próximos meses.

Q9. Y de aquí a 3 años ¿De qué manera prevé que evolucionará su negocio?	
Crecerá de forma notable	2,8%
Crecerá de forma moderada	20,1%
Permanecerá estable	26,5%
Se espera un descenso moderado	21,0%
Está en riesgo de cierre o reducción significativa	11,0%
No sabe	18,0%
No contesta	0,6%

Fuente: Barómetro Trabajo Autónomo. II Trimestre 2026. ATA

Q10. Atendiendo a tu facturación ¿ha variado respecto al segundo trimestre de 2025?	
Se ha mantenido igual	37,9%
Ha aumentado	23,8%
Ha disminuido	33,7%
No sabe	2,8%
No contesta	1,9%

Fuente: Barómetro Trabajo Autónomo. II Trimestre 2026. ATA

La previsión de cara a los próximos 3 años es algo mejor: el 22,9% de los autónomos confía en que su negocio registre una mejora, de los que el 20,1% cree que tendrá un crecimiento moderado y el 2,8% que el crecimiento será notable. Uno de cada

cuatro autónomos, el 26,5%, cree que su actividad permanecerá como estable. Frente a estos datos, un 11,0% de los autónomos encuestados desde ATA considera que su negocio está en riesgo de cierre o que se acerca una reducción significativa del mismo. (Ver tabla Q9)

Otro de los aspectos que se les ha solicitado es que cuantifiquen cómo ha evolucionado su facturación en comparación a cómo lo hizo en el mismo trimestre de 2025. En los nuevos resultados se comprueba que la situación empeora levemente respecto al trimestre anterior: únicamente el 23,8% de los autónomos afirma que su facturación ha aumentado, frente al 24,8% registrado en el primer trimestre del año.

Por su parte, el 37,9% de los autónomos responde que su facturación se ha mantenido similar a la registrada en el segundo trimestre de 2025 y el 33,7% considera que ha disminuido. Con estos datos en la mano, siete de cada diez autónomos (71,6%) señalan que su

facturación ha sido inferior o similar a la del año anterior, un porcentaje de descontento que sube respecto al 70,6% registrado en el anterior barómetro. (Ver tabla Q10)

Del 23,8% de los autónomos que afirman que su facturación ha crecido, la gran mayoría, concretamente el 82,2%, apunta que ese aumento ha estado por debajo del 15% (un 48,2% creció menos del 10% y un 34,0% entre el 11% y el 15%). En el otro extremo, solo un leve 5,6% de este grupo de afortunados afirma que su incremento de facturación se situó por encima del 21%.

En el capítulo de los gastos que afectan a las actividades de los autónomos, se comprueba que la asfixia por los costes apenas da tregua: prácticamente ocho de cada diez autónomos, el 79,9%, afirman que sus gastos han aumentado en los últimos 12 meses, manteniéndose en niveles muy similares al 81,1% registrado en el primer trimestre. Y de ese 79,9% de autónomos que sufre un incremento en sus costes, uno de cada cinco (21,4%) cifra este aumento por encima del 16% (un 12,8% sitúa el alza entre el 16% y el 20%, y un 8,6% afirma que sus gastos han subido más de un 20%). (Ver tabla Q14)

Por su parte, el 15,2% de los autónomos explica que sus gastos se han mantenido iguales a

los registrados en el mismo periodo del año anterior. En el lado opuesto, sigue habiendo un porcentaje anecdótico de negocios que logra un respiro: únicamente el 3,3% de los autónomos encuestados en el Barómetro de ATA afirma haber experimentado una reducción de sus gastos en el último año.

Tres de cada cuatro autónomos, el 75,6%, afirman haber tenido que subir sus precios dada la continua escalada de los costes. Este dato supone un notable incremento frente al 68,9% que lo reflejaba en el primer trimestre del año. En el lado opuesto, sólo el 22,2% afirma haber asumido en solitario la subida de los gastos manteniendo sus precios congelados, una caída de cinco puntos respecto al 27,3% del anterior barómetro. (Ver tabla Q15)

En cuanto a lo que piensan hacer a corto/medio plazo de aquí a finales de año, las perspectivas siguen siendo complicadas: más de la mitad de los autónomos, el 54,2%, afirma que si todo sigue como hasta ahora se van a ver obligados a subirlos de nuevo en los próximos meses. Por su parte, el 22,6% de los encuestados espera no tener que hacerlo, mientras que se dispara hasta el 22,7% el porcentaje de autónomos atrapados en la incertidumbre que confiesan “no saber” qué acabará ocurriendo con sus tarifas.

EL 34,4% DE LOS AUTÓNOMOS EMPLEADORES HA TENIDO DIFICULTADES PARA CONTRATAR

El 59,3% de los autónomos encuestados afirma que no ha buscado trabajadores

Q14. ¿En qué proporción han aumentado los gastos de tu negocio o empresa?	
Menos un 5%	7,4%
Entre un 5% y un 10%	44,9%
Entre un 11% y un 15%	26,3%
Entre un 16% y un 20%	12,8%
Más de un 20%	8,6%

Fuente: Barómetro Trabajo Autónomo. II Trimestre 2026. ATA

Q15. Desde junio de 2025 al día de hoy ¿has tenido que subir los precios?	
Si	75,6%
No	22,2%
No sabe	1,2%
No contesta	1,0%

Fuente: Barómetro Trabajo Autónomo. II Trimestre 2026. ATA

Q20. A lo largo de 2026 ¿qué previsión de contratación de trabajadores tienes para tu negocio o empresa?	
Tendré que despedir	5,8%
Es posible que haga nuevas contrataciones	9,0%
Ya tengo prevista la contratación de más empleados	4,0%
Me mantendré en la misma situación	61,2%
No lo sabe	15,3%
No contesta	4,7%

Fuente: Barómetro Trabajo Autónomo. II Trimestre 2026. ATA

Q31. En materia de financiación ¿has solicitado alguna línea de financiación en el último año?	
Sí y he accedido sin problemas	22,2%
Sí y he accedido a ella, pero me ha resultado bastante difícil	9,9%
Sí, pero me lo han denegado	4,6%
No puedo endeudarme más	20,7%
No lo necesito	38,2%
No sabe	1,6%
No contesta	2,8%

Fuente: Barómetro Trabajo Autónomo. II Trimestre 2026. ATA

Q34. En tu opinión ¿consideras que estemos viviendo una situación de inestabilidad?	
Sí, en clave nacional	27,3%
Sí, a nivel internacional	11,2%
Sí, tanto en el panorama nacional como en el internacional	54,6%
No	3,1%
No sabe	2,9%
No contesta	0,8%

Fuente: Barómetro Trabajo Autónomo. II Trimestre 2026. ATA

recientemente. Sin embargo, entre aquellos que sí han intentado incorporar personal a sus negocios, un 34,4% se ha encontrado con dificultades, lo que supone un notable incremento frente al 29,8% registrado en el primer trimestre del año. Dentro de los autónomos que se han encontrado con dificultades para poder contratar, el 19,4% señala que ha estado buscando trabajadores y directamente no ha conseguido contratarles (frente al 17,9% anterior), y un 15% apunta que, aunque finalmente realizó la contratación, tardó mucho más tiempo de lo habitual en encontrar los perfiles adecuados (frente al 11,9% del trimestre pasado). Únicamente el 6,3% responde que ha podido contratar sin ningún tipo de complicación. Se comprueba cómo, a pesar de las dificultades actuales, los autónomos hacen un enorme esfuerzo por sostener el empleo. Así, de los autónomos que afirman tener trabajadores a su cargo, tres de cada cuatro, el 76,4%, afirma haber mantenido la misma situación

respecto a su plantilla en el último año. En el lado negativo, el 10% de los autónomos que han contestado al Barómetro de ATA y que tienen trabajadores en plantilla dicen haber tenido que disminuirla en los últimos 12 meses. Finalmente, en cuanto a la creación de empleo, el 13,6% de los autónomos empleadores afirma haber aumentado su plantilla en este mismo periodo. En cuanto a las previsiones de empleo para lo que resta del año, la tendencia principal entre los autónomos que cuentan con trabajadores a su cargo —colectivo que representa el 39,2% del total de los encuestados— es el mantenimiento de la estabilidad en sus plantillas. Prácticamente seis de cada diez autónomos empleadores, concretamente el 61,2%, señalan que prevén continuar en la misma situación laboral actual de aquí a finales de 2026. Un 13% de los encuestados espera poder incrementar su plantilla en los próximos meses. De este porcentaje, un 4% ya tiene

planificada la incorporación de nuevos trabajadores, mientras que un 9% contempla esta opción como una posibilidad según evolucione la actividad de su negocio. En sentido contrario, un 5,8% de los autónomos con trabajadores a su cargo indica que si la situación no mejora tendrá que disminuir su plantilla antes de que concluya el año. (Ver tabla Q20)

El análisis de los resultados también refleja el grado de incertidumbre: el 15,3% de los autónomos señala no conocer todavía cuál será la evolución de la contratación en su empresa.

FINANCIACIÓN: AUMENTA LA DEMANDA DEL CRÉDITO ENTRE LOS AUTÓNOMOS

Como es habitual en los Barómetros, el acceso a la financiación es uno de los indicadores fundamentales para el análisis del colectivo de autónomos. En este segundo trimestre del año, hemos querido comprobar cuál es la situación actual respecto a la demanda de crédito bancario y la capacidad de endeudamiento. Los créditos son una forma habitual de financiación entre los autónomos. Durante el último año, un 36,7% de los autónomos señala haber acudido a una entidad para solicitar alguna línea de financiación. Este dato refleja un repunte en la demanda de crédito respecto al 32,3% registrado en el primer trimestre del año. Desglosando los resultados actuales, un 22,2% de los autónomos afirma haber accedido al crédito sin problemas, pero se observa un endurecimiento en las condiciones: a un 9,9% le ha resultado bastante difícil obtener la financiación (frente al 6,5% del barómetro anterior) y a un 4,6% le ha sido denegada directamente (un punto y medio más que el 3,0% registrado a principios de año). (Ver tabla Q31)

Los datos revelan que hay tres factores macroeconómicos y tributarios que afectan directamente al negocio de más de ocho de cada diez autónomos: el 86,5% afirma verse bastante o muy afectado por la inflación y la subida generalizada de precios; el 84,5% por las cargas impositivas; y los seguros sociales impactan de forma considerable al 82,8% de los trabajadores por cuenta propia encuestados.

LA MOROSIDAD VUELVE A REPUNTAR Y AFECTA A CASI EL 45% DE LOS AUTÓNOMOS

La morosidad, tanto pública como privada, ha sido y sigue siendo uno de los principales problemas para el colectivo. Tras el ligero descenso observado a principios de año, los datos de este segundo trimestre muestran un repunte de los retrasos en los pagos: la morosidad afecta ya al 44,7% de los autónomos encuestados desde ATA, lo que supone un incremento de más de seis puntos frente al 38,3% registrado en el barómetro anterior.

Analizando el origen de estos impagos, el 23,4% de los autónomos afirma soportar la morosidad exclusivamente por parte de entidades privadas. Por su parte, un 14,1% la padece de forma combinada tanto por parte de entidades públicas como privadas y un 7,2% señala a las administraciones públicas como las únicas responsables de sus retrasos en el cobro.

En el lado opuesto, el 51,7% de los autónomos encuestados asegura no verse afectado en este momento por la morosidad y el retraso en el pago de facturas.

ECONOMÍA ESPAÑOLA: VALORACIÓN DE LA INESTABILIDAD Y SU IMPACTO EN LOS NEGOCIOS

Abriendo un poco más el abanico del análisis y tras evaluar los factores de costes que condicionan los negocios, el Barómetro analiza la valoración que hace el colectivo sobre el contexto macroeconómico general. Al ser consultados sobre si consideran que se está viviendo una situación de inestabilidad, la respuesta es ampliamente mayoritaria: el 93,1% de los encuestados afirma que sí existe inestabilidad en el panorama actual. Al desglosar este indicador, uno de cada dos autónomos, el 54,6% de los autónomos apunta que esta situación se manifiesta de forma simultánea tanto en el plano nacional como en el internacional. Por su parte, un 27,3% la percibe exclusivamente en clave nacional, mientras que un 11,2% la sitúa únicamente en el ámbito internacional. En sentido contrario, solo un 3,1% de los encuestados considera que no se está viviendo un escenario de inestabilidad en estos momentos. (Ver tabla Q34)

NOVEDADES Y PROPUESTAS PARA EL COLECTIVO

En el bloque destinado a las propuestas y reformas normativas, el Barómetro analiza la opinión del colectivo sobre cuáles son las medidas prioritarias que deberían aprobarse de forma más urgente para apoyar la actividad autónoma. Los resultados reflejan una clara concentración de las demandas en materia fiscal y de protección social. La medida más solicitada por los autónomos es la exención del IVA para quienes facturen menos de 85.000 euros al año, una propuesta respaldada por más de la mitad de los encuestados, concretamente un 51,9%. La segunda gran prioridad para el tejido productivo por cuenta propia se centra en la mejora de la protección ante las bajas: un 47,1% de los autónomos demanda la exención de cotizaciones durante las bajas por enfermedad que impidan continuar la actividad desde el primer día. Asimismo, la simplificación administrativa se consolida como el tercer eje fundamental a reformar: un 40,7% de los encuestados considera prioritaria la reducción de la burocracia, sugiriendo pasar del modelo actual de cuatro declaraciones fiscales a dos o incluso a una única declaración anual.

► Loro Parque Fundación se suma al proyecto como aliado estratégico del movimiento, reforzando el compromiso del grupo con el turismo responsable en el archipiélago

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Loro Parque, Siam Park y Poema del Mar han sido galardonados por la Asociación de Municipios Turísticos de Canarias (AMTC) con el prestigioso distintivo de sostenibilidad Soy Canary Green.

Este reconocimiento, entregado en el marco del I Foro de Líderes celebrado en la Bodega El Lomo de Tegueste (Tenerife), sitúa a los tres centros del Grupo Loro Parque entre las 50 organizaciones más comprometidas con un modelo turístico responsable, innovador y profundamente enraizado en el territorio canario.

El encuentro ha marcado, además, la adhesión de Loro Parque Fundación como socio estratégico del proyecto Soy Canary Green, uniendo fuerzas con otras ocho instituciones de referencia para actuar como palanca de transformación del modelo turístico de las islas. Con esta alianza, la Fundación pone al servicio del archipiélago su dilatada experiencia internacional en conservación animal, educación ambiental y sostenibilidad.

Así lo ha subrayado Ricardo Fernández de la Puente, director de Relaciones Institucionales del Grupo Loro Parque, quien ha puesto en

Loro Parque, Siam Park y Poema del Mar reciben el reconocimiento a la excelencia sostenible en el I Foro de Líderes 'Soy Canary Green'

valor este reconocimiento como el reflejo del esfuerzo diario de todo el equipo por consolidar un turismo que cuida, protege y preserva el entorno natural canario.

Asimismo, ha destacado que la alianza de la Fundación con Soy Canary Green es "un paso natural" en la trayectoria de un grupo firmemente convencido de que el turismo responsable es el modelo más competitivo y justo con la sociedad y el territorio.

El reconocimiento de la AMTC respalda una trayectoria de décadas en la que el Grupo Loro Parque ha liderado la gestión ambiental



en el sector turístico. En 2021, Loro Parque se convirtió en el primer zoológico del mundo en obtener una huella de carbono negativa acreditada por el Gobierno de Canarias, gracias a

su capacidad para generar más energía limpia de la que consume.

Solo en 2024, a través del proyecto *Bye Bye Plastic*, el grupo evitó la generación de 200 toneladas de plástico de un solo uso. A lo que hay que sumarle que los parques cuentan con los máximos estándares internacionales de calidad y sostenibilidad, como las certificaciones EMAS, ISO 14001, Biosphere Sustainable y el Premio de Sostenibilidad de la Asociación Mundial de Zos y Acuarios (WAZA).

El I Foro de Líderes Soy Canary Green se ha consolidado en esta primera edición como el espacio de debate clave para los grandes retos del sector, reuniendo a empresas, profesionales e instituciones del archipiélago. Durante la jornada, la AMTC también ha distinguido a 20 embajadores de diversos sectores por su rol activo en la movilización y difusión del turismo sostenible en las islas.

Más de 4.000 personas se rinden a la adrenalina y la magia nocturna en la inauguración del Costa Adeje Siam Night

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Más de 4.000 personas asistieron a Siam Park, para vivir la inauguración del Costa Adeje Siam Night, una experiencia inmersiva que convierte el parque acuático más reconocido del mundo en un gran escenario nocturno de luz, sonido, agua, fuego y emoción.

Desde el primer instante, la propuesta dejó claro que no se trataba solo de abrir el parque de noche, sino de transformarlo por completo. Con la caída del sol, la vegetación tropical, los caminos, las playas, las atracciones y el icónico Wave Palace se integraron en una escenografía envolvente diseñada para sorprender en cada recorrido. Láseres, proyecciones, efectos especiales y música crearon una atmósfera vibrante que situó a Costa Adeje en el centro de una nueva forma de vivir las noches de verano.

La gran apuesta de esta edición fue una narrativa visual estructurada en torno a cuatro zonas temáticas inspiradas en los personajes de los cuentos históricos de Siam: verde (naturaleza), azul (agua), rosa (cielo) y dorado (fuego). Los más de 4.000 asistentes recorrieron estos cuatro universos a lo largo de

► Christoph Kiessling, vicepresidente del Grupo Loro Parque "no hay otro lugar como este en el mundo. Nuestro objetivo es claro, queremos que las personas vengan a disfrutar y a sentir la excelencia del ocio"



la noche, culminando en un encuentro final que reunió láser, fuego, sonido envolvente y agua en una escenificación jamás vista antes en el parque.

El Wave Palace se convirtió en el gran corazón del espectáculo. Su dimensión, su ubicación y su fuerza visual lo transformaron en una inmensa superficie escénica capaz de envolver a los miles de asistentes. Siam

Beach, las zonas de paseo y las principales atracciones del parque formaron parte de una puesta en escena integral en la que cada detalle contribuía a construir una experiencia diferente a cualquier visita diurna.

La adrenalina también tuvo un papel protagonista. Atracciones emblemáticas como Tower of Power y Saifa adquirieron una nueva dimensión bajo la iluminación nocturna, con-

virtiendo cada descenso en parte del propio espectáculo. La combinación de temperatura más suave, ambiente festivo, música y recorridos más fluidos permitió disfrutar del parque con una intensidad distinta, pensada para quienes buscan emoción, entretenimiento y una imagen inolvidable de Tenerife bajo las estrellas.

"No hay otro lugar como este: un parque acuático con ambiente nocturno, efectos especiales y música. Cada edición requiere diez meses de preparación meticulosa para lograr este ambiente extraordinario. Nuestro objetivo es claro: queremos que las personas vengan a disfrutar y a sentir la excelencia del ocio", destacó Christoph Kiessling, vicepresidente del Grupo Loro Parque.

La música reforzó el pulso de la inauguración con sesiones de DJs en vivo que acompañaron el recorrido de los visitantes y llenaron el parque de energía. Junto a la programación musical, las zonas chill-out, los juegos interactivos y los espacios de descanso completaron una propuesta diseñada para públicos diversos.

La respuesta del público confirmó el atractivo de una experiencia llamada a convertirse en uno de los grandes planes del verano en Europa. Fiel a su compromiso con la comunidad local, el Grupo Loro Parque mantiene el 50% de descuento para residentes canarios y el servicio de guaguas desde distintos puntos estratégicos de la isla, facilitando el acceso al parque y acercando la experiencia a la sociedad tinerfeña.

Siam Night continuará este mes de agosto, de martes a sábado, desde 20:00 hasta las 24:00 horas. Las entradas están disponibles en siampark.net, en taquillas y en los puntos de venta autorizados.



► Carolina España anuncia que Andalucía TRADE ha adjudicado hoy dos fondos de capital riesgo para financiar el proceso de expansión de empresas en Andalucía

La Junta moviliza otros 49 millones para financiar a empresas innovadoras andaluzas que quieran expandirse

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos ha adjudicado, en el día de ayer, dos nuevos fondos de capital riesgo, con una dotación de 49 millones de euros, destinados a apoyar proyectos empresariales en expansión. Esta actuación “permitirá reforzar los instrumentos de financiación de la Junta para acompañar el crecimiento de las empresas andaluzas innovadoras a través de Andalucía TRADE”, según ha avanzado hoy la consejera de Economía, Hacienda, Fondos Europeos y Diálogo Social en funciones, Carolina España. “Nuestro objetivo es muy sencillo: que ningún proyecto viable, innovador y con capacidad de generar riqueza y empleo en Andalucía se quede sin crecer o deje de prosperar por falta de financiación”, ha subrayado.

Durante la inauguración de las nuevas instalaciones de AGPhotonics en Málaga TechPark, Carolina España ha explicado que estos dos fondos, se completarán próximamente con un tercer vehículo especializado en startups, “configurando así una nueva generación de instrumentos financieros destinados a facilitar el acceso al capital de empresas innovadoras y con potencial de crecimiento a través de TRADE”.

En conjunto, los tres fondos contarán con una aportación pública de 58,8 millones de euros —49 millones para los dos fondos de expansión y 9,8 millones para el fondo desti-

nado a startups—, “lo que supone incrementar en un 62% la dotación pública respecto a los anteriores fondos de capital riesgo impulsados por la Junta de Andalucía”, ha apuntado España.

La previsión es que estos instrumentos permitan realizar alrededor de 60 operaciones de inversión y movilizar cerca de 150 millones de euros gracias al efecto multiplicador de la inversión privada. Según ha detallado la responsable de Economía en funciones, los nuevos fondos financiarán operaciones de hasta 400.000 euros en el caso del fondo startup y de hasta 2,5 millones de euros para proyectos empresariales en fase de expansión.

España ha valorado que “la Junta de Andalucía continúa así ampliando las herramientas de apoyo financiero al tejido productivo para dar respuesta a las necesidades de empresas en las distintas fases de su desarrollo”. En este sentido, ha avanzado que Andalucía TRADE está ultimando también el Fondo FAST, dotado con 30 millones de euros de fondos propios y que estará dirigido a proyectos vinculados a tecnologías digitales y profundas, biotecnología y tecnologías limpias.

Según ha explicado, este instrumento permitirá apoyar iniciativas estratégicas en ámbitos como la microelectrónica, la fotónica, la computación avanzada o las tecnologías vinculadas a la defensa, además de facilitar

el acceso a financiación pública a empresas que actualmente encuentran mayores dificultades para acceder a este tipo de recursos. “Desde la Junta no queremos solo financiar proyectos, sino crear un entorno donde los proyectos puedan prosperar, que encuentren apoyo y acompañamiento y, sobre todo, confianza y estabilidad para seguir adelante”, ha apostillado.

Carolina España ha recordado además que Andalucía TRADE se ha consolidado como uno de los principales instrumentos de apoyo empresarial del Gobierno andaluz. Así, la agencia ha incentivado o tiene en tramitación más de 600 proyectos empresariales, que movilizan inversiones superiores a los 360 millones de euros para mejorar la competitividad y el crecimiento de las empresas andaluzas.

“Todo ello en apenas dos años, lo que demuestra la gran acogida de estas ayudas entre las empresas andaluzas y el elevado interés que han despertado, que ha permitido alcanzar los objetivos de ejecución previstos para la convocatoria antes de lo inicialmente estimado”, ha matizado.

AGPhotonics, ejemplo de transferencia de conocimiento

España ha realizado este anuncio durante la inauguración de las nuevas instalaciones de AGPhotonics, empresa especializada en el diseño de dispositivos y sistemas basados

en fotónica integrada surgida del entorno investigador de la Universidad de Málaga. “Es un magnífico ejemplo de cómo el conocimiento puede transformarse en actividad económica y empleo”, ha celebrado, “ya que representa el modelo de colaboración entre universidad, innovación y empresa que la Junta viene impulsando en Andalucía en los últimos años”.

Para la consejera en funciones, el crecimiento de AGPhotonics “refleja el dinamismo del ecosistema tecnológico de Málaga y Andalucía, en el que conviven universidades, centros de investigación, empresas tecnológicas, emprendedores, inversores e instituciones públicas trabajando en una misma dirección”.

“Ese ecosistema se ve reforzado ahora por proyectos estratégicos como el futuro centro de microelectrónica de IMEC o la incubadora especializada Nucleo, iniciativas que están contribuyendo a posicionar a la comunidad como uno de los polos tecnológicos más relevantes del sur de Europa”, ha señalado.

En este punto, se ha referido además al papel protagonista de Málaga en esta transformación tecnológica, “como prueba el crecimiento de Málaga TechPark, que supera ya las 700 empresas con más de 29.000 profesionales y una facturación anual de más de 4.800 millones de euros”.

El Colegio de Economistas de Almería celebra su 25 aniversario con la entrega del Premio Economía 2025 a Crash Music



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El Colegio Profesional de Economistas de Almería ha entregado el Premio Economía 2025 a la empresa Crash Music coincidiendo con la celebración del 25 aniversario de la institución. Este galardón, instaurado en el año 2000, distingue anualmente a entidades cuyo impacto económico y social es fundamental para el crecimiento de la provincia, reconociendo este año la capacidad de Crash Music para convertir la música en un pilar del turismo y el desarrollo.

La decana del Colegio, Ana Moreno, ha destacado durante su intervención la solidez de la entidad tras un cuarto de siglo de vida: “Celebrar 25 años nos permite mirar atrás con orgullo y hacia adelante con la responsabilidad de seguir siendo un referente. En este tiempo, el Colegio ha sido mucho más que una corporación profesional; ha

sido un punto de encuentro, una voz experta en el debate económico y un referente para los profesionales que contribuimos al desarrollo de nuestra provincia”.

El momento central de la noche ha sido la entrega del galardón a Diego Ferrón, CEO de Crash Music, junto a sus socios Antonio Alcaraz y Alejandro Molina, por parte de José Ángel Vélez, secretario general de Innovación Cultural y Museos de la Junta de Andalucía.

En cuanto al premiado, la decana ha afirmado que “el Premio Economía 2025 reconoce a Crash Music como un ejemplo de cómo la cultura y los eventos pueden convertirse en un auténtico motor económico para la provincia. Han sabido convertir la creatividad en una auténtica industria, demostrando que la cultura también es economía y que el éxito empresarial alcanza su máxima expresión cuando se pone al servicio del desarrollo colectivo”.



‘Costa de Almería’ recibirá más de 35.000 turistas británicos que refuerzan la alianza internacional de la provincia

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El destino ‘Costa de Almería’ recibirá más de 35.000 turistas del mercado británico que refuerzan la operativa internacional que la Diputación Provincial está trazando para conectar la provincia con más de una veintena de destinos. Así lo ha precisado la diputada provincial de Turismo, María José Herrada, quien ha detallado que la Junta de Gobierno ha adjudicado el contrato de Captación de Turistas en origen que permitirá reforzar la llegada de visitantes desde el Reino Unido.

Cabe destacar que uno de los factores que ha influido en la apuesta por el mercado británico ha sido el gran refuerzo de la conectividad que ha experimentado la provincia con el Reino Unido. Las conexiones directas con un total de ocho aeropuertos (Londres-Gatwick, Stansted y Southend-, Manchester, Birmingham, Leeds, Bristol y Liverpool) y el aumento de la oferta de plazas aéreas es clave para facilitar el flujo de turistas durante los 12 meses del año.

La empresa adjudicataria de esta campaña, Jet2, se compromete en el contrato a la llegada de al menos 35.000 pasajeros del mercado británico en vuelo directo a lo largo de la temporada. En este sentido, los viajeros realizarán estancias, como mínimo, de cinco

noches en hoteles de la provincia y tendrán a su disposición excursiones organizadas por el touroperador a municipios distintos al que estén alojados.

Por otro lado, y de forma paralela a esta acción de captación de turistas en origen, la Diputación continúa inmersa en el proceso de licitación de la campaña de promoción turística para conectar la provincia con Italia y Rumanía. Esta iniciativa se impulsa en colaboración con los Ayuntamientos de Almería y Roquetas de Mar para conectar, a través de vuelo directo, al aeropuerto almeriense con ciudades como Roma y Bucarest como principal aspiración ya que son las capitales de país y nudos de comunicación estratégicos con estos destinos.

Esta campaña forma parte del convenio de cooperación entre administraciones que firmaron el pasado mes de mayo la propia Institución Provincial junto a los Ayuntamientos de Almería y Roquetas de Mar. Se trata de una alianza institucional con una inversión conjunta de 500.000 € para potenciar y consolidar la promoción en estos mercados. Esta operativa tiene como principal objetivo combatir la desestacionalización del sector y la elección de los destinos responde a una estrategia combinada entre un mercado clásico como el italiano y otro emergente como el rumano.

El plan de empresa que la APA presenta en Puertos del Estado: mayor inversión y más tráficos

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La presidenta de la Autoridad Portuaria de Almería (APA), Rosario Soto, se ha reunido con el presidente de Puertos del Estado, Gustavo Santana, para presentarle el Plan de Empresa 2027; un plan que refuerza la inversión y muestra un crecimiento constante de los tráficos portuarios en los puertos de Almería y Carboneras hasta 2030.

El Plan de Empresa de la APA, que se elevará posteriormente al Consejo Rector de Puertos del Estado para su valoración y al

Consejo de Administración de la Autoridad Portuaria de Almería a final de año para su aprobación, recoge inversiones por valor de 86 millones de euros hasta 2030, destinadas a obra portuaria, descarbonización y apertura del puerto a la ciudad. Esta inversión prevista viene respaldada por las cuentas saneadas de la autoridad portuaria, que cerraba 2025 con un endeudamiento cero y un beneficio de 13 millones de euros y por la previsión de crecimiento de tráficos mercancías en los próximos cuatro años, que se sitúa en un 75% más de toneladas movidas en 2030 respecto a los 6

millones actuales, especialmente por las estimaciones de aumento de tráfico de yeso en los dos puertos de interés general que gestiona la APA: Almería y Carboneras.

Las principales partidas presupuestarias para 2027 están destinadas a las siguientes actuaciones: ampliación del Muelle de Pechina, actualmente en fase de adjudicación; la ejecución de cuatro hectáreas más de la integración urbana puerto-ciudad en el Muelle de Levante y Almadrabillas, que está a expensas del informe favorable de los pliegos por parte del Consejo de Ministros para su licitación; la subestación para la electrificación de los muelles e implantación del sistema OPS



en el Puerto de Almería, la instalación fotovoltaica de Ribera I; la renovación de pasarelas de embarque de pasajeros y la envolvente de la estación marítima para hacer el edificio eficiente energéticamente.

Andalucía TRADE, reconocida por el Clúster Marítimo Naval de Cádiz por su impulso estratégico a la industria naval andaluza

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Andalucía TRADE ha sido distinguida con el Premio a la Institución de la IV edición de los galardones CMNC “José Antonio Rodríguez Poch”, un reconocimiento otorgado por el Clúster Marítimo Naval de Cádiz a su papel estratégico en el impulso y desarrollo del sector naval andaluz. El jurado ha reconocido el apoyo constante de la agencia pública andaluza, adscrita a la Consejería de Economía, Hacienda, Fondos Europeos y Diálogo Social, al clúster y a sus empresas asociadas desde su creación, así como su compromiso con la promoción, desarrollo y proyección internacional del sector naval andaluz.

También ha destacado el jurado, compuesto por la Junta Directiva del Clúster, el papel de Andalucía TRADE como agente dinamizador del tejido empresarial del sector, así como su implicación en iniciativas de

internacionalización, consolidándose como uno de los socios fundadores del propio clúster. Estos premios, que cuentan con una consolidada trayectoria dentro del sector, tienen como objetivo visibilizar el trabajo de aquellas entidades y profesionales que contribuyen a fortalecer la competitividad de la industria naval andaluza, favoreciendo la innovación, la cooperación empresarial y la formación de talento.

Junto al reconocimiento a Andalucía TRADE, el jurado ha concedido el Premio de Formación a cuatro centros educativos por su compromiso con la Formación Profesional y la empleabilidad en el ámbito naval e industrial: el IES Virgen de la Esperanza (La Línea de la Concepción), el IES Arroyo Hondo (Rota), el IES San Severiano (Cádiz) y el Colegio San Juan Bosco Salesianos Campano (Chiclana de la Frontera).

Estos centros han sido distinguidos por su implicación en la formación práctica del



alumnado, su apuesta por la Formación Profesional Dual y su contribución a la incorporación de talento cualificado al sector naval andaluz. Asimismo, el Premio a la Trayectoria Profesional ha recaído en D. Manuel Ceperino Pérez, en reconocimiento a su papel como impulsor del actual grupo ELECAM, por su contribución durante décadas al desarrollo del tejido industrial gaditano y su compromiso con la innovación, el empleo y la formación en el ámbito naval e industrial.

El Clúster Marítimo Naval de Cádiz, fun-

dado en 2015 y compuesto actualmente por alrededor de 80 entidades asociadas, trabaja en la promoción, dinamización y desarrollo del sector marítimo-naval andaluz, así como en la internacionalización y diversificación de sus empresas.

Estos premios se enmarcan en la estrategia del clúster para reforzar la colaboración entre empresas, instituciones y centros formativos, consolidando al sector naval andaluz como un referente de innovación, competitividad y proyección internacional.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Centro Asociado de la UNED en Cádiz ha presentado su oferta académica para el curso 2026-2027 con la incorporación del nuevo grado de Ingeniería en Inteligencia Artificial como principal novedad.

Esta nueva titulación ofrece una formación que combina una base sólida en matemáticas, estadística y programación con el estudio especializado de algunas áreas que están impulsando actualmente la transformación tecnológica y social, como el aprendizaje automático, el procesamiento del lenguaje natural, la visión artificial, la robótica autónoma, los sistemas de soporte a la deci-



La UNED en Cádiz refuerza su oferta académica con el nuevo grado de Ingeniería en Inteligencia Artificial

sión y el análisis masivo de datos. El plan de estudios se ha diseñado con una orientación tanto teórica como aplicada, dirigida al desarrollo de soluciones para problemas reales. Uno de los rasgos diferenciales del grado será su carácter multidisciplinar. La titulación prepara al estudiantado para colaborar con instituciones de ámbitos diversos como

la ingeniería, la medicina, el derecho, la economía o las ciencias, para integrarse en equipos donde la inteligencia artificial actúa como una herramienta transversal. La formación incorporará además competencias en

gestión de proyectos y contenidos vinculados al desarrollo ético, jurídico y responsable de sistemas inteligentes.

El plazo de matrícula para este y los otros más de 30 grados que se ofertan en el Centro gaditano va del 1 de julio hasta el 31 de octubre. Las diversas opciones y áreas de conocimiento que ofrece como universidad pública la UNED en Cádiz son: Arte y Humanidades, Ciencias, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Jurídicas, e Ingenierías, a las que se suman los estudios de Cursos de Acceso para mayores de 25 y 45 años (con plazo de matrícula del 1 de julio al 21 de octubre).

La Diputación de Cádiz respalda económicamente la actividad de la UNED en la

provincia. La institución académica se consolida como una opción para aquellas personas que deseen iniciar estudios universitarios o continuar su formación. La UNED es una universidad pública sin nota de corte, ni límite de plazas. En su metodología se combina la enseñanza online y semipresencial. Además, el profesorado del Centro Asociado graba sus tutorías, de manera que el alumnado pueda organizar su aprendizaje según sus necesidades personales, laborales o familiares. Al mismo tiempo, el innovador planificador de matrícula ayuda al estudiantado a elegir las asignaturas más adecuadas según su disponibilidad real de tiempo, optimizando de esta manera su rendimiento académico.

Cámaras de Comercio y Junta de Andalucía celebran el primer encuentro regional de Centros Comerciales Abiertos

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Cámara de Comercio de Cádiz ha organizado el I Encuentro de Centros Comerciales Abiertos de Andalucía, una jornada de trabajo impulsada en el marco del I Plan Cameral de Andalucía 2026-2028 con el objetivo de compartir experiencias, identificar retos comunes y trazar una hoja de

ruta para el comercio de proximidad. La cita ha reunido a representantes de dieciocho CCAs andaluces: Algeciras Centro; Cádiz Centro Comercial; Chipiona Centro; Jerez Centro Comercial; San Fernando Isla Comercio; Baena Centro Comercial Abierto; Centro Córdoba; Fuente Palmera; Puente Genil; Granada; Huétor Tájar; Loja; Úbeda; Alhaurín el Grande; Ante-



quera; Centro Histórico de Málaga; Ronda; Torremolinos Abierto, lo que refleja la dimensión regional que ha alcanzado este primer encuentro.

En la clausura, Javier Sánchez Rojas ha agradecido el impulso de la consejería y ha celebrado la iniciativa como una muestra de la vitalidad del modelo cameral: “Este encuentro se enmarca dentro del primer Plan Cameral 2026-2028, que hace unos meses

pusimos en marcha. Estamos hablando de un sector que aporta en torno al 14% del valor añadido bruto y del orden de 500.000 puestos de trabajo, y que merece la mirada que tiene desde la Administración autonómica”. El presidente del Consejo Andaluz de Cámaras también ha destacado el valor del intercambio entre CCAs señalando que esta cita ha permitido “intercambiar un conocimiento valioso para el sector”.

La Joyería de Córdoba, primer sector de España en pedir a Europa contar con la protección de una IGP de productos artesanos e industriales

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El sector joyero cordobés ha sido el primero de España en completar la fase nacional de tramitación para obtener la Indicación Geográfica Protegida (IGP) para productos artesanales e industriales y notificar esta situación ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). “La Joyería de Córdoba convierte así a Andalucía en la primera comunidad española que opta a la IGP tras un exhaustivo trabajo del sector que ha contado con el asesoramiento y acompañamiento de la Consejería de Industria, Energía y Minas, organismo autonómico competente para su tramitación y elevación al Gobierno central”, ha valorado el consejero de Industria, Energía y Minas en funciones, Jorge Paradelo.

El siguiente paso será el pronunciamiento de la Oficina Europea y el posterior registro de este derecho de propiedad intelectual. La Indicación Geográfica Protegida representa un sello de origen y calidad diferenciada similar al que ya identifica al sector agroalimentario y que, entre otros beneficios para los sectores artesanales e industriales que lo reciban, supondrá “garantizar una competencia leal en el mercado al protegerlo contra el uso indebido o la imitación, vincular un producto a su lugar de origen añadiendo valor en el mercado,



y representar sin duda un impulso a la economía local”, ha precisado Jorge Paradelo. Europa abrió la puerta de las IGP a productos artesanales e industriales en diciembre de 2025, y en apenas seis meses el sector joyero cordobés ha culminado la tramitación para su obtención. Tres son las condiciones fundamentales que se deben cumplir: el producto tiene que ser originario de un lugar o región específica, su calidad y reputación debe responder a su origen geográfico que, además, debe albergar, al menos, una de sus fases de producción.

El Gobierno andaluz está trabajando con diversas asociaciones de productores o productores únicos interesados en promover una IGP, entre los que se encuentran el Mármol de Macael, Piel de Ubrique, Sherry Cask, Calzado de Valverde, Arte Sacro de Sevilla, Cerámica de Sevilla o Maceta malagueña, entre otros.

La Rambla da a conocer en el Festival Internacional de Cerámica de Argenton el potencial de su sector alfarero

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El presidente de la Diputación de Córdoba, Salvador Fuentes, se ha desplazado hasta la localidad de Argenton (Barcelona) junto al alcalde de La Rambla, Jorge Jiménez, y once artesanos rambleños, para dar a conocer en el Festival Internacional de Cerámica Argillà 2026, que se desarrolla en Argenton hasta el 5 de julio, el potencial del sector alfarero rambleño.

Para el máximo responsable de la institución provincial, “el hecho de que La Rambla sea el municipio invitado en este Festival nos dice que ambas ciudades han hecho del

barro una forma de entender su historia y de mirar hacia su futuro”. Además, ha continuado, “la propia organización de Argillà ha definido a La Rambla como el mayor centro de producción cerámica de la península, algo que nos llena de orgullo”.

El presidente de la Diputación ha aprovechado para recordar que “La Rambla fue reconocida en 2012 como primera Zona de Interés Artesanal de Andalucía, poniendo en valor



un sector que genera más de 600 empleos directos, además de una intensa actividad económica vinculada al comercio, la logís-

EmprendeUCO encara la recta final de su edición 2025/2026 con 22 proyectos emprendedores



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El programa EmprendeUCO continúa consolidándose como una de las iniciativas de referencia para el impulso del emprendimiento en la provincia. Fruto de la colaboración entre la Universidad de Córdoba y la Diputación, y la gestión de Fundecor, el programa afronta la recta final de su edición 2025/2026 con 22 proyectos que han completado el itinerario formativo y han presentado sus iniciativas ante el jurado.

El programa ha recibido un total de 70 preinscripciones que se concretaron posteriormente en 55 solicitudes correspondientes a 74 participantes. Tras el proceso de selección, finalmente han sido admitidos 25 proyectos integrados por 35 personas emprendedoras, de los cuales 22 han alcanzado la fase final.

Entre los datos más destacados de esta edición, sobresale el equilibrio en la participación por género, con un 48,6% de mujeres y un 51,4% de hombres. Asimismo, el 32% de los proyectos cuenta con participantes procedentes de municipios de la provincia, como Villaharta, Villafranca de Córdoba, Fernán Núñez, La Carlota, Nueva Carteya, Posadas o Palma del Río, mientras que el 40% de los parti-

cipantes son estudiantes universitarios o egresados de la Universidad de Córdoba. Todos los proyectos están vinculados al ámbito de la consultoría, los servicios profesionales y el desarrollo empresarial; el turismo, las experiencias, el diseño y la economía creativa; el área de salud, bienestar, educación e inclusión social; y la innovación tecnológica, la digitalización y la inteligencia artificial.

Los proyectos ganadores se darán a conocer el próximo 21 de septiembre durante la Gala de Premios EmprendeUCO-Diputación de Córdoba. En esta edición se concederán los premios ‘Desarrollo de la Provincia’, ‘Modelo de Negocio’, ‘Compromiso Social’, ‘Mujer Emprendedora’ y el premio principal ‘EmprendeUCO-Diputación de Córdoba’.

Los nombres de los proyectos son Tierra con solera, Criterio, Turbos RR, Varda Consultoría e Ingeniería, Valencia-Consultoría asistencial, LBK Bridal Experience, Genache, La Rama, Perma-diverso, Córdoba Estelar, Salva-Agencia AIMA, Debuencomer España, Infomalen Desarrollo de Software, AgerGrow, Youicy, Ceresat, Renacer Flamenca, Nadar sin Barreras, Norte 4, No/dos Salud Mental, AACC Campus.

Gracias al esfuerzo de sus profesionales, Córdoba se ha consolidado como la provincia andaluza líder en la venta de cerámica decorativa y sus piezas son demandadas por grandes firmas y chefs”.

En el marco de la feria han tenido lugar varias actividades. Así, el Salón de Piedra ha acogido la apertura de la exposición ‘Museo de cerámica de La Rambla’ y la Plaza Nova la inauguración oficial de Argillà Argenton. En dichos actos han estado presentes, junto a los miembros de la delegación cordobesa, la alcaldesa de Argenton, Montserrat Capdevil, y el expresidente de la Generalitat de Cataluña, Pere Aragonés.

Diputación y el Puerto de Motril suman esfuerzos para impulsar infraestructuras estratégicas que contribuyan al crecimiento económico y la vertebración territorial de Granada

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El presidente de la Diputación de Granada, Francis Rodríguez, ha trasladado el respaldo de la institución provincial a la conexión ferroviaria entre Motril y Granada durante el encuentro institucional que ha mantenido con el presidente de la Autoridad Portuaria de Motril, José García Fuentes.

Francis Rodríguez ha destacado que “la conexión ferroviaria entre Motril y Granada es una demanda histórica de toda la provincia que no puede seguir esperando más

tiempo. No es de recibo que, en pleno siglo XXI, un puerto de Interés General del Estado como el Puerto de Motril continúe sin disponer de una conexión ferroviaria para el transporte de mercancías. Estamos hablando de una infraestructura fundamental para impulsar la competitividad de nuestro tejido productivo, favorecer nuevas inversiones y generar oportunidades de desarrollo para toda Granada”.

Además, el presidente de la Diputación ha puesto en valor “el importante crecimiento que está experimentando el Puerto

de Motril en los últimos años, consolidándose como uno de los principales motores económicos de la provincia. El desarrollo del puerto es sinónimo de progreso, empleo y oportunidades para Granada, por lo que debemos seguir apoyando todas aquellas actuaciones que contribuyan a reforzar su capacidad logística y su proyección de futuro”.

Ambos presidentes han realizado una visita a distintas instalaciones del recinto portuario. En concreto, han recorrido el Muelle de las Azucenas y el Muelle del Dique, además de conocer las actuaciones



y obras que actualmente se encuentran en ejecución, para comprobar la evolución de los proyectos de mejora que se desarrollan en esta zona estratégica del puerto.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Diputación de Granada ha abierto el plazo para solicitar las ayudas al emprendimiento juvenil correspondientes a 2026, una convocatoria que incrementa su dotación económica al pasar de los 200.000 euros destinados en 2025 a 350.000 euros este año, lo que supone un aumento del 75%.

La iniciativa tiene como objetivo fomentar el emprendimiento, reactivar la economía, generar empleo de proximidad y contribuir a fijar población en los municipios de la provincia. La primera edición de esta línea de ayudas, puesta en marcha en 2025, registró un total de 288 solicitudes y permitió beneficiar a 197 jóvenes emprendedores de la provincia, unos datos que han avalado la continuidad y ampliación del programa para este año.

La convocatoria está dirigida a jóvenes de entre 18 y 35 años empadronados en algún municipio de la provincia de Granada con una antigüedad mínima de seis meses anterior a la publicación de la convocatoria, que desarrollen su actividad económica y tengan su domicilio social en localidades con menos de

Ampliadas a 350.000 euros las ayudas al emprendimiento juvenil para impulsar el empleo en los municipios



50.000 habitantes. Podrán acceder a estas ayudas las pequeñas empresas de menos de diez trabajadores constituidas como sociedades mercantiles, laborales o de economía social, siempre que el capital social haya sido aportado por jóvenes de entre 18 y 35 años y que tanto el domicilio social como el centro de actividad se encuentren en municipios de la provincia con una población inferior a los 50.000 habitantes.

La cuantía máxima de la ayuda será de 1.000 euros por solicitante. Los beneficiarios deberán acreditar el mantenimiento de su actividad económica durante, al menos, los seis meses anteriores a la convocatoria y cumplir el resto de requisitos establecidos en las bases reguladoras. Las ayudas están destinadas a apoyar nuevas iniciativas de emprendimiento y autoempleo, así como el mantenimiento, crecimiento y consolidación de proyectos empresariales ya existentes. Serán subvencionables aquellos gastos necesarios para el desarrollo de la actividad económica realizados y abonados entre el 1 de enero y el 31 de mayo de 2026, siempre que estén directamente relacionados con la actividad y debidamente justificados mediante factura y acreditación de pago.

Entre los conceptos subvencionables se incluyen los gastos de alquiler de locales afectos a la actividad, suministros como electricidad, agua y telecomunicaciones, cuotas a la Seguridad Social, servicios profesionales de asesoría o gestión y otros gastos corrientes indispensables para el funcionamiento del negocio.

El Geoparque de Granada y el Geoparque Algarvensis formalizan en Portugal su hermanamiento como Geoparques Mundiales de la UNESCO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El Geoparque de Granada ha participado en el Congreso Internacional de Turismo, Hospitalidad y Eventos, celebrada en la Universidad del Algarve (Portugal). Durante el evento, el Geoparque granadino y el de Algarvensis han formalizado su hermanamiento como Geoparques Mundiales de la UNESCO.

Durante la visita, además de la rúbrica del hermanamiento, la delegación granadina ha podido conocer de primera mano el trabajo que desarrolla el Geoparque Algarvensis, integrado por los municipios portugueses de

Albufeira, Loulé y Silves. El encuentro ha permitido compartir e intercambiar experiencias y conocimientos especialmente relevantes en materias como la gestión integral del territorio, la divulgación científica, el turismo responsable y la conexión entre patrimonio, paisaje y desarrollo rural.

La firma de este acuerdo representa la voluntad compartida de aprender mutuamente, intercambiar buenas prácticas y desarrollar proyectos conjuntos que acerquen a ambos territorios y a sus comunidades. En este sentido, el hermanamiento nace con la vocación de convertirse en una alianza activa y duradera, capaz de conectar administraciones, centros

educativos, empresas locales, espacios de interpretación, personal técnico y ciudadanía.

El protocolo contempla el impulso de acciones concretas orientadas al intercambio de conocimientos, la promoción conjunta y el desarrollo de iniciativas que generen beneficios tangibles para las comunidades locales. Asimismo, permitirá fortalecer la proyección internacional de ambos geoparques y crear nuevas oportunidades de cooperación a ambos lados de la Península Ibérica.

Para el Geoparque de Granada, este hermanamiento tiene un importante valor estratégico e institucional. La alianza refuerza su presencia en el ámbito internacional y conso-



lida el trabajo en red dentro de la Red Mundial de Geoparques (Global Geoparks Network).

La firma pone también de manifiesto el papel de los geoparques como espacios de cooperación internacional abriendo nuevas oportunidades de colaboración entre territorios. Porque más allá del reconocimiento de la UNESCO, estos territorios trabajan desde la proximidad con sus municipios y comunidades para conectar la geología con la cultura, el paisaje, la economía local, la investigación, la educación y la identidad de quienes los habitan.

La Junta promueve que Huelva acoja el primer valle 'cero emisiones netas' de España



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
La Junta de Andalucía se ha marcado como objetivo convertir Huelva en el primer valle 'cero emisiones netas' de España. Así lo ha adelantado el consejero de Industria, Energía y Minas en funciones, Jorge Paradela, en la presentación de la Memoria anual de la Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energé-

“En el marco de la Ley de Aceleración de la Industria de la Unión Europea, el Gobierno de Andalucía está absolutamente decidido a impulsar en Huelva el primer 'valle cero emisiones netas' de Andalucía”, ha anunciado Jorge Paradela, que ha explicado que la acumulación de proyectos relacionados con la industria verde, como el Valle Andaluz del Hidrógeno Verde, la planta de biocombustibles

ticas de Huelva (AIQBE) de 2025, acto en el que también ha felicitado a la asociación por su 40 aniversario, “cuatro décadas de creación de empleo, generación de riqueza y desarrollo territorial”.

de Moeve o el proyecto CirCular de Atlantic Copper, es lo que ha llevado a plantear desde el Gobierno de Andalucía que Huelva acoja el primer valle cero emisiones netas de la industria andaluza.

La declaración de valles 'cero emisiones netas', o valles NZIA por sus siglas en inglés, “va a tener una serie de implicaciones muy positivas para Huelva como el hecho de que el Reglamento europeo establece unos plazos tasados para las autorizaciones y permisos, así como en el ámbito de la aceleración de inversiones, de la asignación de ayudas y también del desarrollo de programas relacionados con la formación y el talento para asegurar el suministro de talento para proyectos de esa magnitud”, ha abundado.

Esta iniciativa “permitirá consolidar a la provincia de Huelva como uno de los grandes polos industriales y energéticos de Europa, atrayendo nuevas inversiones en renovables, hidrógeno verde y digitaliza-

ción, y generando oportunidades para toda la cadena industrial”, ha incidido Jorge Paradela, que ha apuntado que “será uno de los primeros proyectos a nivel nacional, y que ya se lo ha planteado al ministro de Industria, Jordi Hereu.

El consejero ha remarcado el momento “francamente prometedor” que vive la industria andaluza, “y Huelva es, sin duda, el mejor exponente de ese momento que vive la industria en Andalucía”. Así, ha señalado que “en el año 2025 la industria ha aportado una tercera parte del crecimiento de la economía andaluza, un sector que creció un 9,6% frente al 2,3% nacional y que, en el primer cuatrimestre de 2026, a pesar del contexto geopolítico tan complejo, “la industria andaluza crece un 4,8% cuando a nivel nacional crece medio punto”.

En esta línea, el consejero en funciones ha puesto en valor que el crecimiento del empleo industrial en Andalucía ha sido del 22% de los últimos cuatro años, mientras que “en Huelva el empleo industrial ha crecido un 26%”.

“Huelva y Andalucía están liderando la reindustrialización y la transición energética captando anualmente 5.000 millones de nueva inversión, cifra que ha ascendido a más de 18.300 millones en la pasada legislatura”.

Nexomar culmina en Huelva tras fomentar la cooperación portuaria entre Andalucía y Portugal



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El puerto de Huelva ha acogido la jornada de clausura del proyecto Nexomar, una iniciativa impulsada por el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio para fortalecer la cooperación entre los puertos de la Eurorregión Andalucía-Algarve-Alentejo y mejorar la competitividad del tejido empresarial vinculado a la logística y el transporte.

Durante el acto inaugural, el presidente de la Autoridad Portuaria de Huelva, Alberto Santana, destacó que «el proyecto Nexomar ha demostrado que la cooperación es una herramienta para generar conocimiento, conectar territorios y reforzar nuestra posición en el mapa logístico internacional». Asimismo, puso en valor el papel de los puertos como motores de desarrollo económico y social.

Uno de los momentos centrales del encuentro fue la mesa redonda sobre los retos de los puertos de la Eurorregión, en la que participaron los presidentes de las autorida-

des portuarias de Huelva, Algeciras, Sevilla y Sines. Los responsables analizaron la necesidad de reforzar la conectividad entre infraestructuras y avanzar en ámbitos como la digitalización, la transición energética y la sostenibilidad de las cadenas logísticas.

El proyecto ha creado el Observatorio de Inteligencia Nexomar para apoyar al sector.

La jornada también abordó el potencial del Valle Andaluz del Hidrógeno Verde como motor de descarbonización y los resultados alcanzados por Nexomar en Portugal.

El presidente del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Javier Sánchez Rojas, destacó que, durante los dos años de desarrollo del proyecto, cerca de 700 empresas han participado en programas de innovación, digitalización e internacionalización. Además, ha subrayado la creación de doce estudios estratégicos y del Observatorio de Inteligencia Nexomar, una herramienta destinada a facilitar la toma de decisiones de empresas, puertos e instituciones.

Jesús Hurtado, nuevo director general de metalurgia de Atlantic Copper



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Atlantic Copper ha nombrado a Jesús Hurtado Suazo nuevo director general de Metalurgia, cargo que asume tras la jubilación de Carlos Ortiz, a quien la compañía agradece su dedicación y contribución durante los últimos 40 años. Con este nombramiento, Atlantic Copper apuesta por el talento interno y da continuidad a una trayectoria profesional estrechamente vinculada al desarrollo industrial de la compañía.

Durante su etapa al frente de la actividad metalúrgica, Carlos Ortiz ha contribuido de forma decisiva a situar la planta de Huelva como un referente mundial en gestión energética, así como a consolidar estándares de excelencia en seguridad, eficiencia operativa y medioambiente. Su liderazgo, visión industrial y compromiso han sido claves en la evolución de Atlantic Copper y dejan una huella muy relevante en la compañía.

Jesús Hurtado Suazo es Ingeniero Superior Industrial, especialidad en Organización Industrial, por la Universidad de Sevilla. En 2019 completó el Programa de Dirección General del IESE Business School. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector metalúrgico.

Jesús Hurtado Suazo es Ingeniero Superior Industrial, especialidad en Organización Industrial, por la Universidad de Sevilla. En 2019 completó el Programa de Dirección General del IESE Business School. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector metalúrgico.

Inició su carrera profesional en la empresa Cosentino S.A. incorporándose a Atlantic Copper en el año 2000. Desde entonces, ha desempeñado diferentes responsabilidades en el área de Operaciones, entre ellas director de Fundición y Planta de Ácidos, responsable de Convertidores y Fundición de Ánodos, responsable de Plantas de Ácidos y metalurgista de Procesos.

Durante estos años ha contribuido a la mejora de los procesos productivos y al desarrollo de una industria cada vez más eficiente, competitiva y sostenible, en línea con los objetivos estratégicos de Atlantic Copper y su compromiso con Huelva y Andalucía.

XXVII Premios Emprende e Innova en Desarrollo Sostenible a 5 firmas de Linares, Mancha Real, La Carolina, Marmolejo y Jaén



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La Casería Escalona de la Diputación ha sido el escenario elegido para celebrar la entrega de los XXVII Premios Emprende e Innova en Desarrollo Sostenible 2026, que convoca la Administración provincial con la colaboración de la Fundación Unicaja para galardonar proyectos empresariales innovadores y sostenibles en la provincia jiennense. En este acto, en el que se ha reconocido en las distintas categorías establecidas a 'Gaién Data', de Linares; 'Andalucía de Electricidad SL', de Mancha Real; 'Productos La Real', de La Carolina; 'Vida Trashumante', de Marmolejo; y 'Peñalver Spaces Solutions', de Jaén, el presidente de la Diputación, Juan Latorre, ha resaltado que estas firmas son una muestra de que "en nuestra provincia se está conformando un ecosistema empresarial donde la innovación, la sostenibilidad y la diversificación son piezas esenciales".

A esta vigésimo séptima edición de estos galardones se han presentado un total de 24 candidaturas de 21 empresas jiennenses, entre las que han sido distinguidas Gaién Data GLOSSO, de Linares, como mejor proyecto empresarial por "haber sabido

ver la oportunidad de la Inteligencia Artificial aplicada al tejido productivo", según ha puntualizado el presidente de la Diputación. Respecto a Andalucía de Electricidad ANDEL, de Mancha Real, galardonada en la categoría Empresa del Año Jaén por Industria, Juan Latorre ha remarked que "es un ejemplo de la diversificación de nuestro sector industrial, contribuyen-

do activamente a la transición energética, la electrificación y la conectividad global".

De Productos de la Real Carolina, de La Carolina, ganadora en la modalidad de mejor empresa liderada por mujeres, ha señalado que "es una de las más de 300 firmas adheridas a la marca de calidad Degusta Jaén y un modelo empresarial comprometido con el entorno rural, la generación de empleo local y la promoción de productos autóctonos en mercados nacionales e internacionales".

La empresa premiada en la categoría "Joven" ha sido Vida Trashumante, de Marmolejo, sobre la que Latorre ha resaltado que el "talento de nuestros jóvenes puede y debe aplicarse al sector primario, fundamental para nuestra economía y para fijar la población al mundo rural". Finalmente, Peñalver Spaces Solutions, de Jaén, ha sido reconocida en la categoría de trayectoria empresarial, una firma que "es ampliamente conocida con tres décadas de experiencia a sus espaldas y que ha sabido adaptarse a los tiempos, crecer y consolidarse como un referente en el campo del mobiliario de oficina y la informática".



Una veintena de jóvenes jiennenses amplían este año su formación laboral en Bruselas con Talentium Jaén

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Una veintena de jóvenes jiennenses han ampliado durante el primer semestre de este año su formación laboral en empresas privadas e instituciones europeas con sede en Bruselas (Bélgica) a través del programa Talentium Jaén que promueve la Diputación de Jaén. Los participantes en la última convocatoria de esta iniciativa han tomado parte en una jornada en la que han recibido información sobre los recursos con los que cuentan en la provincia para la búsqueda de empleo, así como herramientas para el autoempleo que se facilitan desde la Administración provincial, entre otras materias.

Los participantes en esta convocatoria de Talentium Jaén proceden de una docena de municipios jiennenses y cuentan con titulación bien universitaria, o bien, de Formación Profesional de Grado Superior o Certificado de profesionalidad nivel 3 en materias como Relaciones Internacionales,

Historia y Ciencias de la Música, Informática, Nutrición, Psicología, Trabajo Social, Derecho, Bioquímica, Ciencias Políticas, Administración y Dirección de empresa o Artes Plásticas.

La Diputación Provincial de Jaén ha destinado más de 142.000 euros con fondos propios a esta última convocatoria de Talentium Jaén, un programa que se lleva desarrollando desde el año 2016. Desde entonces, han sido cerca de 220 jóvenes jiennenses los que han ampliado su formación laboral en Europa a través de este programa en el que la Administración provincial ha invertido más de 1,5 millones de euros. "Hemos impulsado este programa a pesar de no ser una competencia directa de la Diputación el facilitar formación fuera de nuestro país a jiennenses, pero al no llevarlo a cabo otras administraciones, lo seguimos realizando y poniendo encima de la mesa una gran cantidad de recursos económicos", ha concluido Luis Miguel Carmona.

La UNED de Jaén incorporará el próximo curso el grado de Inteligencia Artificial a su oferta educativa

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El Centro Asociado "Andrés de Vandelvira" de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) en Jaén, cuyo patronato preside la Diputación Provincial, incorporará para el próximo curso un innovador grado a su oferta educativa. "Hoy presentamos en Linares un nuevo paso hacia el futuro con la implantación del grado de Inteligencia Artificial por parte de la UNED, una titulación que responde a la creciente demanda de profesionales y que seguro abrirá nuevas oportunidades laborales en sectores estratégicos como la tecnología, la investigación, la banca o la sanidad". Así

lo ha explicado el vicepresidente segundo y diputado de Relaciones Institucionales, Javier Perales, que ha dado cuenta de la llegada de esta nueva titulación junto a la concejala de Cultura de Linares, Susana Ferrer, y el director de la UNED en Jaén, Vicente Ruiz.

En este acto, celebrado en la sede que esta institución académica tiene en Linares, el vicepresidente segundo de la Administración provincial ha destacado el acierto de que estos nuevos estudios se impartan en la ciudad linares. "Que este grado llegue a una ciudad con tanta tradición en ingeniería como es Linares demuestra la apuesta de la UNED y el compromiso de las instituciones como la Diputa-



pasado 1 de julio, de ahí que el vicepresidente segundo de la Diputación haya "animado a todas las personas que quieran seguir creciendo profesionalmente a aprovechar esta gran oportunidad porque el futuro ya está aquí y la formación es la mejor herramienta para afrontarlo".

La incorporación de nuevas titulaciones como esta a la oferta de la UNED es posible, como ha señalado Javier Perales, por el "compromiso de la Diputación Provincial de Jaén con nuestra UNED, que es total", un apoyo que "se-

guiremos manteniendo para que se puedan implantar nuevos grados en todas y cada una de las sedes que esta entidad tiene repartidas por la provincia".

La matrícula para cursar esta titulación en el curso 2026/2027 está abierta desde el

La Cámara de Comercio de Málaga reconoce el impulso exterior de las empresas malagueñas en la I Gala del Exportador

L REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA a Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga celebró la primera edición de la Gala del Exportador, una iniciativa impulsada a través del HUB Málaga Export con el objetivo de reconocer el esfuerzo, la trayectoria y la apuesta internacional de las empresas malagueñas que contribuyen a proyectar el nombre de Málaga en los mercados internacionales.

La Gala sirvió además para conmemorar el tercer aniversario del HUB Málaga Export, la comunidad de empresas impulsada por la Cámara de Comercio de Málaga para acompañar a las compañías en sus procesos de expansión internacional



y favorecer la generación de sinergias, oportunidades de negocio y acceso a nuevos mercados. Actualmente, el HUB Málaga Export está integrado por 55 empresas pertenecien-

tes a 15 sectores económicos, que en su conjunto cuentan con presencia en 124 países. Esta comunidad representa una facturación global superior a los 750 millones de euros y genera más de 3.300 empleos directos.

Más allá de las cifras, el HUB se ha consolidado como un ecosistema de colaboración que potencia el networking entre sus miembros, facilita el intercambio de experiencias y refuerza la capacidad de las empresas malagueñas

para trabajar juntas, abrir nuevos mercados y llegar más lejos.

El premio "Superando Fronteras" recayó en Fumihogar, recogido por su CEO,

Carlos Cintora, en reconocimiento a su capacidad para operar en mercados internacionales diversos y complejos, con presencia en más de 50 países y actividad en mercados de especial dificultad fuera de la Unión Europea.

Por su parte, el galardón "Huella Global" fue otorgado a LY Company Group, cuyo CEO, Curro Rodríguez, recibió el reconocimiento por la consolidación de una sólida estructura internacional, con presencia organizada en más de 34 países y más de 33 estructuras de implantación exterior.

Finalmente, el premio "Excelencia Exportadora" fue concedido a Aninver

Development Partners, recogido por su CEO, José María de la Maza, por su sobresaliente desempeño exportador, la apertura de nuevos mercados internacionales y el crecimiento sostenido de su actividad exterior en los últimos años.

El Ayuntamiento y la Cámara de Comercio destinan 225.000 euros a impulsar el autoempleo y las 'startups'



E REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA l Ayuntamiento de Málaga, a través del Instituto Municipal para la Formación y el Empleo (IMFE), y la Cámara de Comercio de Málaga han renovado el convenio de colaboración para el desarrollo de los programas 'España Emprende Formación' e 'Impulsa Startup', que permitirá la puesta en marcha de un plan formativo con el objetivo de fomentar el emprendimiento y el autoempleo. Se trata del quinto año consecutivo en el que se desarrollan estas acciones formativas para reforzar el tejido empresarial local a través del convenio entre ambas partes.

Esta iniciativa cuenta con un presupuesto total para actividades de 225.000 euros que serán financiados en un 80% por la Cámara de Comercio, fundamentalmente a través de la subvención recibida por el Fondo Social Europeo +, que asciende a 180.000 euros, mientras que el otro 20% restante, 45.000 euros, será aportado por el IMFE. Cabe

destacar que en la edición de 2025 participaron 354 personas en un total de 24 actuaciones formativas.

Igualmente, durante el acto, se expuso que para el presente año está previsto atender a 450 personas y poner en marcha 31 acciones formativas centradas en competencias financieras y de emprendimiento, competencias administrativas y digitales, comercio, fotografía y, como novedad, la Inteligencia Artificial

aplicada a los negocios. El convenio busca potenciar el autoempleo, mejorar la sostenibilidad de los nuevos negocios y desarrollar habilidades sociales y profesionales que aumenten la inclusión social. Las acciones se dividen en los dos bloques del acuerdo.

Por un lado, el programa "España Emprende Formación" ofrece acciones formativas presenciales y online enfocadas en competencias de consolidación empresarial. Incluye talleres de sensibilización, jornadas de orientación y tutorías de acompañamiento (mentoring). El IMFE y la Cámara garantizarán la continuidad del soporte una vez finalizados los cursos.

En cuanto al programa "Impulsa Startup", se centra en ayudar a los emprendedores a transformar ideas iniciales de negocio en empresas viables y testadas. Para ello, cuentan con la guía directa de tutores y mentores especializados durante las fases de creación y validación de sus proyectos.

Málaga se convertirá en la capital mundial de los pavimentos de hormigón



M REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍAálaga acogerá del 3 al 6 de noviembre de 2026 el XV Simposio Internacional de Pavimentos de Hormigón, uno de los principales encuentros mundiales dedicados al diseño, la construcción y la conservación de este tipo de infraestructuras.

Bajo el lema «Construyendo el futuro sobre pavimentos resilientes de hormigón», la cita reunirá a más de 300 asistentes, entre expertos, investigadores, representantes de administraciones públicas, proyectistas, contratistas, empresas industriales y proveedores.

Como paso previo a su celebra-

ción, Málaga ha acogido la reunión del Comité Técnico Internacional, en la que se han cerrado aspectos clave del programa técnico y científico. El encuentro situará a la capital malagueña como punto de referencia para el intercambio de conocimientos, experiencias y soluciones aplicadas a las infraestructuras del futuro.

La celebración de esta edición supone el regreso del Simposio a España por tercera vez, tras las ediciones celebradas en Madrid en 1990 y Sevilla en 2010. La elección de Málaga refuerza su proyección como sede de grandes encuentros profesionales e internacionales y como espacio de diálogo sobre innovación, sostenibilidad, movilidad e infraestructuras.

El comercio sevillano se reivindica como motor económico y social en su primer gran foro provincial



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

El comercio local ha sido el gran protagonista del I Foro del Comercio de la Provincia de Sevilla, una iniciativa impulsada por APROCOM (Confederación Provincial de Comercio, Servicios y Autónomos de Sevilla).

Sevilla es la provincia andaluza con

mayor tejido comercial de Andalucía, con más de 32.000 empresas vinculadas al sector, lo que pone de manifiesto su peso económico y social. Además, sostiene alrededor de 189.000 puestos de trabajo, siendo uno de los principales motores de actividad y cohesión social. El galardón a la “Adaptación y la Innovación” ha recaído en Juguetes Osorno; el reconocimiento a la “Trayectoria Empresarial” en Aires de Feria Trajes de Flamenca; y el de “Responsabilidad Social” en ILUNION.

Asimismo, el acto ha incluido una mención especial a la Confederación de Empresarios de Sevilla (CES) por su defensa de los intereses empresariales y su compromiso con el tejido empresarial sevillano, reconociendo su papel como entidad de referencia en la representación y apoyo al conjunto de empresas de la provincia.

Fusión Startups reunirá del 18 al 20 de septiembre en Sevilla a emprendedores de toda Andalucía en la quinta edición de su SuperSprint



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

En la era de la inteligencia artificial, el reto ya no es solo tener una idea, sino construir, con velocidad y método, los proyectos que puedan transformar el futuro económico de Andalucía. Ese es el desafío al que se enfrentarán los participantes de la quinta edición del SuperSprint, el gran evento de creación en vivo de startups de Fusión Startups, que se celebrará del 18 al 20 de septiembre en Sevilla.

Fusión Startups ha co-creado ya más de 20 startups dentro de su venture builder desde su fundación, varias de ellas surgidas directamente de ediciones anteriores del SuperSprint.

Solo en la edición de marzo de 2026, la cuarta del programa, participaron más

de medio centenar de emprendedores y se superó el máximo histórico de inscripciones, con más de 110 personas registradas.

Con cada SuperSprint, el venture builder selecciona los 10 proyectos que se incorporarán a su ciclo de co-creación, un programa de seis meses en el que emprendedores veteranos trabajan mano a mano con los fundadores en la construcción real de su startup, con metodología AI-first, una red de fundadores expertos, un espacio propio en Sevilla y hasta 250.000€ en recursos.

Esta quinta edición pondrá un foco especial en proyectos de base tecnológica e industrial, incorporando a personas con conocimiento técnico en ingeniería de materiales, robótica, agrotech, sector aeroespacial, biotecnología y ciberseguridad.

Sevilla convertirá a Andalucía en el epicentro mundial de la innovación turística con la celebración de TIS2026



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Tourism Innovation Summit vuelve a Sevilla del 6 al 8 de octubre de 2026 en FIBES. La cita, que ya ha abierto las acreditaciones para su séptima edición, volverá a convertir una vez más a la capital andaluza en el punto de encuentro internacional para la innovación turística. El evento reunirá durante tres días a más de 8.000 profesionales del sector turístico y hostelero para descubrir las soluciones más innovadoras, tendencias y casos de éxito que están marcando la evolución de la industria en un momento decisivo para su competitividad.

Bajo el lema ‘The new generation of travel & hotel tech’, TIS2026 explorará como la IA, el análisis de datos, la nube, la automatización y la confianza digital están transformando la industria, pasando de la experimentación a un impacto real y escalable en el negocio. Así, más de 200 firmas expositoras líderes en tecnología e innovación turística presentarán las soluciones y servicios que están redefiniendo la nueva generación de tecnología para el sector turístico y hostelero, desde sistemas basados en inteligencia artificial a estrategias basadas en datos hasta la automatización, la ciberseguridad o la innovación sostenible.

El congreso articulará este año su agenda en torno a cuatro grandes verticales, diseñados para que cada perfil profesional encuentre una hoja de ruta adaptada a sus retos: Leadership, Innovation & Scale; Destinations & Experiences; Hospitality & Accom-

modation; y Distribution & Agencies. Además, el programa contará con agendas personalizadas para CEOs, CIOs, DMOS, CMOs, CHROs y autoridades turísticas, con el objetivo de ofrecer contenido específico para la toma de decisiones,

la implementación tecnológica, la captación de talento, la gestión comercial y la mejora de la experiencia del viajero.

Así, TIS2026 analizará cómo las empresas turísticas pueden escalar sus modelos de negocio, ganar resiliencia y aplicar la tecnología desde una visión estratégica, algo realmente relevante ante la incertidumbre política, la presión sobre los costes y el impacto de la IA en la cuenta de resultados. La cita abordará también los nuevos retos del liderazgo, la toma de decisiones basada en datos, la gestión del talento, el liderazgo femenino y las capacidades profesionales que demanda la nueva etapa del sector.

Asimismo, la transformación de la distribución turística será otro de los grandes ejes de la agenda, con foco en cómo la IA, la automatización y la hiperpersonalización están cambiando la forma de diseñar, vender y comercializar productos turísticos. Así, se analizará la evolución de las agencias de viajes, los canales de distribución, el papel del transporte y las aerolíneas, así como las oportunidades que se abren en mercados internacionales.

Por su parte, los destinos también tendrán un papel protagonista, con casos prácticos de ciudades como Praga, Sevilla, Copenhague, Berlín, Dubrovnik o Bratislava sobre la gestión inteligente de flujos turísticos, la convivencia entre residentes y visitantes, la captación de fondos y la creación de experiencias de mayor valor. Además, se compartirán iniciativas orientadas a evitar la saturación, mejorar la experiencia urbana y avanzar hacia un turismo más equilibrado.

El Consejo Social de la UPO abre la convocatoria de los VIII Premios Universidad, Mujer y Empresa

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Dar visibilidad a mujeres cuyas trayectorias están dejando huella en la provincia de Sevilla es el propósito que vuelve a poner en marcha los Premios Universidad, Mujer y Empresa, una iniciativa del Consejo Social de la Universidad Pablo de Olavide que abre este miércoles su convocatoria.

En su octava edición, estos galardones reconocen el talento, la excelencia profesional y el compromiso de mujeres que



desarrollan su actividad en la provincia de Sevilla o mantienen con ella una vinculación significativa: mujeres que lideran, crean, investigan, emprenden e inspiran en disciplinas donde su presencia ha sido históricamente menos visible.

El plazo de presentación de candidaturas permanecerá abierto del 1 al 24 de julio de 2026. Podrán proponer candidatas tanto personas particulares como empresas, entidades o instituciones. Las bases completas y el formulario están disponibles en la página web del Consejo Social: www.upo.es/consejo-social.

Uno de cada tres autónomos no tendrá vacaciones este verano

- ▶ El 23% de los autónomos no cogerá vacaciones en todo el año
- ▶ De ellos, el 80,8% no lo hará por motivos económicos o por la imposibilidad de delegar la gestión de su negocio

La Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA) ha analizado un año más las perspectivas y hábitos de los autónomos de cara a las vacaciones estivales. El informe de 2026 revela una ligera mejora en el porcentaje de autónomos que logrará descansar, aunque los resultados siguen demostrando que es un colectivo que no desconecta y que en algunos casos acumula una importante fatiga y una importante falta de desconexión. Así, el 46,2% de los autónomos españoles afirma que sí tiene previsto tomarse unos días de vacaciones este verano. Por el contrario, un 23% señala que no disfrutará de ningún día de descanso durante todo el año 2026. El resto del colectivo se divide entre un 11,4% que ha decidido trasladar sus jornadas de descanso a otra época del año y un 13% que todavía se muestra indeciso y no ha concretado sus planes. El 5% restante manifiesta no saberlo y un 1,4% prefiere no contestar. La suma de quienes no cogerán vacaciones y quienes posponen sus días de descanso a otras estaciones revela que el 34,4% de los autónomos — uno de cada tres — mantendrá su actividad activa durante los meses de julio y agosto. **Comparativa con 2025** Si comparamos los datos con las respuestas registradas en 2025, los datos muestran cómo crecen ligeramente los autónomos que se tomarán unos días de descanso este verano. Así, el 46,2% de los autónomos sí prevé disfrutar de unos días de descanso este verano, lo que supone un incremento de 2,5 puntos porcentuales en comparación con el verano de 2025 (43,7%). Por su parte, el

porcentaje de aquellos que tienen totalmente claro que no se tomarán vacaciones este año se reduce al 23% (dos puntos menos que el 25% registrado en 2025). Es decir, las perspectivas de descanso muestran una evolución favorable, ya que este año podría tomarse vacaciones hasta el 70,6% del colectivo (sumando el 46,2% que afirma que sí lo hará, el 11,4% que las trasladará a otra época y el 13,0% que aún no lo sabe), lo que representa un avance frente al 68,1% estimado en 2025. **Las motivaciones de los autónomos** **• Los que no se cogen vacaciones** El informe elaborado por ATA analiza las motivaciones que llevan a los autónomos a contestar por qué no se cogen vacaciones, el motivo por el que aún no lo han decidido, el por qué se las cogerán en otra época del año y las motivaciones de cogerlas, aunque sea unos días, en época estival. Así, nos centramos en este apartado en el 23% de los autónomos que han contestado que no se tomarán vacaciones este año. Al preguntar por las razones principales, los obstáculos organizativos se sitúan a la cabeza del estudio: para el 41,3% de los encuestados, es la propia gestión directa del negocio la que les impide detener su actividad. El factor financiero le sigue muy de cerca como el segundo gran freno operativo, ya que el 39,5% de los profesionales reconoce que no se puede permitir económicamente disfrutar de unos días de descanso. De esta manera, ocho de cada diez autónomos (80,8%) que no cogerán vacaciones este año lo hacen por motivos estrictamente económicos o por la imposibilidad de delegar la gestión de su negocio. Asimismo, un 14,4% de los trabajadores por cuenta propia señala que el verano es la época de mayor actividad en su sector y directamente no se plantea descansar, mientras que un 1,8% evita parar debido a que acaba de iniciar su negocio y considera que no le conviene interrumpir la actividad en pleno arranque. **• Los que no lo tienen aún decidido** Por lo que respecta al 13,0% de los autónomos encuestados que todavía no han decidido si disfrutarán de unos días de descanso este verano, la marcha de su actividad económica se posiciona de forma unánime como el factor determinante: el 60,6% de este

colectivo vincula directamente su decisión de última hora a cómo vaya el negocio en las próximas semanas. Le sigue un 18,1% de profesionales que argumenta que suele tomar estas decisiones sobre la marcha, mientras que un 10,6% alude a otros motivos diversos. En menor medida, la falta de una decisión en firme se debe a no haber encontrado un buen plan (4,3%), estar esperando a encontrar algo económico (3,2%), o bien a la incertidumbre de si conviene parar tras haber iniciado recientemente su actividad (1,1%). **• Los que las cogen en otra época del año** Por lo que respecta al 11,4% de los profesionales que eligen trasladar sus vacaciones fuera de los meses estivales, el motivo principal para ellos es que esta estación representa el periodo de mayor actividad para su negocio, una realidad declarada por casi la mitad de los autónomos encuestados desde ATA (45,8%). A este factor le sigue un 27,7% de autónomos que afirma que prefiere tomarse vacaciones en otra época del año que no sea verano y un 20,5% señala directamente que es la gestión de su negocio la que no les permite ausentarse durante los meses más calurosos del año. Únicamente el 4,8% de los autónomos que se cogerán vacaciones en otra época del año que no sea el verano señala que está decisión es porque no se lo puede permitir económicamente. En cuanto al periodo elegido para disfrutar de estos días de descanso alternativos, el otoño es la alternativa preferida por los autónomos, con el 36,1% de las respuestas, seguido por el invierno, que es la opción elegida por el 24,1% de los autónomos que han decidido cogerse vacaciones en otra época del año. La primavera es la estación menos elegida entre el colectivo, opción escogida únicamente por 7,2% de los autónomos. Uno de los datos más destacados dentro de este segmento es el alto índice de incertidumbre en la planificación a medio plazo, puesto que tres de cada diez autónomos que posponen su descanso (30,1%) señala que aún no tiene decidido el momento del año en el que se tomará las vacaciones. **• Los que se van vacaciones este verano** Por último, al poner la lupa sobre el 46,2% de los trabajadores por cuenta propia que sí planean colgar el cartel de "cerrado por vacaciones" este verano, la encuesta realizada desde ATA revela un cambio de prioridades donde los factores personales superan a los operativos. El principal motivo dado por los autónomos para elegir el periodo estival es el deseo de conciliar y coincidir con familiares o amigos, opción señalada por el 42,9% de los encuestados. Como segunda opción, el 29,5% de los autónomos que cogerán vacaciones este verano señalan que aprovechan estas fechas porque coinciden con la bajada estacional de la actividad en su negocio, mientras que un 12,8% afirma que se va simplemente porque le gusta disfrutar de su descanso específicamente en verano. El 5,1% señala que tomará vacaciones por

cuestiones de producción, el 2,4% por razones climáticas y un 6,3% que alude a otros motivos. En cuanto a la duración de este descanso, la encuesta de 2026 muestra una clara concentración en periodos visiblemente breves, donde tres de cada cuatro autónomos, el 76,6% de los autónomos que veranean limitarán su descanso a un máximo de dos semanas. Aunque la opción de disfrutar de dos semanas exactas se mantiene como la mayoritaria con un 42,6%, destaca de manera muy significativa el volumen de profesionales que únicamente se tomará una semana de vacaciones, situándose en el 27,7%. Un 6,3% de los autónomos disfrutará de menos de una semana de desconexión. Por su parte, los periodos de descanso más extensos quedan en un segundo plano: solo un 14,9% prevé parar durante tres semanas, mientras que la posibilidad de disfrutar de un mes completo se reduce al 5,7% y los descansos superiores a los 30 días son meramente testimoniales, opción que únicamente ha señalado un 1,8% de los autónomos. **Radiografía general: situación del negocio, personal y desconexión** Más allá de los periodos elegidos para el descanso, el informe realizado por ATA analiza en la que queda el negocio cuando el trabajador por cuenta propia decide parar y tomarse unas vacaciones. Así, se comprueba cómo para poder disfrutar de unos días libres, el 52,2% de los autónomos afirma cerrar su negocio por completo, asumiendo directamente el coste de detener su facturación. La alternativa de mantener la actividad mediante turnos de la plantilla solo es viable para el 22,8% que cuenta con trabajadores a su cargo, mientras que la opción de contratar a personal específico para cubrir el periodo vacacional es una opción que los autónomos no se plantean y que señala únicamente el 0,8% de los encuestados. Un 16,6% opta por una vía intermedia: marcharse de vacaciones pero seguir haciéndose cargo de la gestión del negocio a distancia. Aunque el 62,5% de los autónomos manifiesta que suele tomarse de manera habitual algunos días de descanso, el 32,9% del colectivo —prácticamente uno de cada tres— acumula más de 365 días consecutivos sin interrumpir su actividad profesional. Es más, lo más alarmante de la encuesta es que el 19,1% de los trabajadores por cuenta propia confiesa que encadena tres años o más sin coger vacaciones, consolidando una situación de agotamiento dentro del tejido productivo. La encuesta realizada por ATA finaliza con una de las preguntas más llamativas: la que hace referencia a la necesidad de desconexión del colectivo, donde se comprueba cómo la inmensa mayoría continúa ligada mental o digitalmente a sus obligaciones y su negocio en sus días de descanso. En concreto, el 41,1% de los encuestados reconoce que sigue realizando algunas gestiones activas del negocio a pesar de estar de vacaciones, a lo que se suma un 22,0% que confiesa que, aunque no trabaje físicamente, "siempre lo tiene presente" en su mente. En total, más de seis de cada diez autónomos (63,1%) son incapaces de desconectar completamente el negocio de sus días de descanso. Solo un 6,3% de los autónomos afirma conseguir una desconexión total de su negocio cuando está de vacaciones, mientras que un 13,0% asegura lograrlo casi todo el tiempo y un 16,1% solo a veces.

Viene la época estival en la que es habitual tomarse un descanso para renovar energías y seguir adelante el resto del año ¿tiene pensado tomar algunos días de vacaciones en verano?

Sí	46,2%
No lo tengo decidido	13,0%
Me las tomaré en otra época del año	11,4%
No me tomaré vacaciones este año	23,0%
No lo sabe	5,0%
No contesta	1,4%

Fuente: Encuesta vacaciones verano 2026.ATA



El RETA suma 12.017 autónomos en junio

EVOLUCIÓN AFILIACIÓN, DICIEMBRE 2025- JUNIO 2026

	DICIEMBRE 2025	JUNIO 2026	VARIACION	INCREMENTO (%)
ANDALUCIA	592.735	602.269	9.534	1,6
ARAGÓN	98.402	98.414	12	0,0
ASTURIAS	70.018	70.499	481	0,7
I. BALEARES	101.824	109.543	7.719	7,6
CANARIAS	147.030	147.975	945	0,6
CANTABRIA	41.278	41.548	270	0,7
CAST-LEÓN	182.761	182.865	103	0,1
CAST-MANCHA	150.459	151.904	1.445	1,0
CATALUÑA	574.795	583.291	8.496	1,5
C. VALENCIANA	388.700	397.549	8.849	2,3
EXTREMADURA	81.425	82.792	1.367	1,7
GALICIA	204.467	205.070	603	0,3
C. MADRID	441.158	446.629	5.471	1,2
MURCIA	105.975	106.709	734	0,7
NAVARRA	46.537	46.693	156	0,3
EUSKADI	166.437	166.969	532	0,3
RIOJA (LA)	24.392	24.378	-15	-0,1
CEUTA	3.067	3.062	-5	-0,2
MELILLA	4.304	4.302	-3	-0,1
ESPAÑA	3.425.767	3.472.460	46.693	1,4

Fuente: Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA- julio 2026

El Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, RETA sumó 12.017 autónomos en el mes de junio, situando la cifra total de autónomos en 3.472.460 personas. “Prácticamente todas las comunidades autónomas han sumado autónomos en junio, a excepción de La Rioja y Murcia, en un mes tradicionalmente positivo

en lo que a creación de empleo y autónomos se refiere”, señala Lorenzo Amor, presidente de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos, ATA. La Seguridad Social rompió en junio la barrera de los 22,4 millones de ocupados tras ganar una media de 128.533 cotizantes respecto a mayo (+0,6%), impulsada especialmente por el comercio y la hostelería, que sumaron más de

76.000 nuevos ocupados por la campaña de verano. Por su parte, el paro se ha reducido en nuestro país en 28.739 personas. “Los datos de empleo del mes de junio nos dejan una bajada del paro y un crecimiento del empleo en la línea de lo que viene ocurriendo en otros meses en el mes de junio fruto de la campaña estival que ahora se inicia. Como dato positivo hay que señalar que

- ▶ Todas las comunidades salvo Murcia y La Rioja suman autónomos en el sexto mes del año
- ▶ Construcción, hostelería y actividades profesionales son los sectores con mayor crecimiento de autónomos durante el mes de junio

a pesar de las dificultades a las que se enfrentan día a día los autónomos, el RETA vuelve a registrar cifras récord de autónomos y suma 400 autónomos al día durante el sexto mes del año hasta situar la cifra total en 3.472.460 autónomos”, señala Lorenzo Amor, presidente de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos, ATA.

EL RETA SUMA EN JUNIO 400 AUTÓNOMOS AL DÍA

Los autónomos crecen en 12.017 personas, lo que supone 400 autónomos más cada día. Así el RETA tiene ya 3.472.460 autónomos. Este crecimiento de autónomos es liderado en términos absolutos por Cataluña (+2.302 autónomos más, +0,4%), Andalucía, que suma 2.173 nuevos autónomos en el último mes (+0,4%) y la Comunidad Valenciana (+2.052 autónomos). Este incremento de 12.017 autónomos es el mayor incremento registrado en un mes de junio de los últimos cinco años.

Cabe destacar que todas las Comunidades Autónomas sumaron cotizantes por cuenta propia durante el mes de mayo, a excepción de Murcia, que perdió 370 cotizantes al RETA y La Rioja, que cierra el mes con 16 autónomos menos.

Porcentualmente, el mayor crecimiento mensual lo ha registrado Baleares (+1,1%). Extremadura es porcentualmente la segunda comunidad autónoma con mayor impulso emprendedor y ha sumado en un mes un +1% de autónomos (+857 autónomos). Por su parte, la Comunidad Valenciana ha crecido a un ritmo mensual del 0,5%, por encima de la media nacional que es del 0,3%.

Por provincias, Cáceres es la que ha registrado un mayor crecimiento de autónomos en el mes de junio (+1,9%), seguida de Baleares (+1%).

Finalmente en lo que llevamos de 2026 el RETA ha sumado 46.693 autónomos y en términos interanuales (junio 2025-junio 2026) el crecimiento es de 50.800 nuevos autónomos.

CRECEN LOS AUTÓNOMOS DE LA CONSTRUCCIÓN, LA HOSTELERÍA Y LAS ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS

Si atendemos al sector de los autónomos que más han crecido durante el mes de junio debemos hablar de la incorporación de 2.338 personas al sector de la construcción, como mayor número absoluto de incremento de autónomos. Seguido de la hostelería, sector que sumó un total de 1.935 autónomos y las actividades profesionales, científicas y técnicas con 1.869 nuevos cotizantes al RETA.

Por su parte, y como ocurre tradicionalmente en los meses de junio, la educación registró un descenso de 1.185 autónomos.

Por género, aumentaron en junio tanto los hombres como las mujeres que decidieron poner en marcha una actividad por cuenta propia: de los 12.017 nuevos autónomos, 8.372 (+0,4%) fueron hombres y 3.644 mujeres (+0,35%).



CEA refuerza su compromiso con la empresa familiar andaluza en una nueva sesión de trabajo de su Consejo

perseverancia, compromiso, confianza y capacidad para evolucionar en contextos complejos. Su experiencia permitió profundizar en los retos actuales del modelo empresarial familiar y en la importancia de reforzar estructuras de gobernanza que garanticen continuidad y competitividad.

De la mano de Unicaja Banco y Deloitte, se abordaron aspectos esenciales de la planificación

financiera y fiscal en la empresa familiar, claves para anticipar escenarios, fortalecer la toma de decisiones y asegurar la sostenibilidad de los proyectos empresariales a largo plazo. La sesión puso de manifiesto la necesidad de contar con herramientas de gestión adaptadas a las particularidades de este tipo de empresas, que representan una parte fundamental del tejido productivo andaluz.

CEA mantiene su compromiso de impulsar una visión a largo plazo basada en la profesionali-

zación, el arraigo, el relevo generacional y el valor del capital familiar. A través de su Consejo, la Confederación continúa acompañando a las empresas familiares en sus desafíos, promoviendo espacios de diálogo y aportando soluciones que refuercen su papel estratégico en el desarrollo económico de Andalucía.



La Confederación de Empresarios de Andalucía celebra un encuentro de trabajo con su Consejo de la Empresa Familiar, un espacio clave para el diálogo, la representación y la defensa de los intereses de las familias empresarias andaluzas. Este órgano, inte-

grado por compañías referentes de la comunidad, impulsa una visión estratégica que sitúa a la empresa familiar como motor de estabilidad, empleo y cohesión territorial.

La sesión contó con la participación de Inmobiliaria del Sur, referente empresarial andaluz y ejemplo de los valores que definen a la empresa familiar: trabajo,



La Confederación de Empresarios de Andalucía valora los datos de empleo del mes de junio constatando que el mercado de trabajo en Andalucía está respondiendo al dinamismo económico que genera la demanda de actividad en los sectores que en esta época del año marcan la tendencia. En esa línea, es importante destacar que Andalucía se encuentra en un potencial de crecimiento muy por encima de la media en el conjunto nacional, especialmente en la comparativa interanual, pues en un año ha descendido el desempleo en un 10'5%, el doble que la media nacional, y ponemos en valor que el 40% del descenso del paro en España se produce en Andalucía, la Comunidad Autónoma donde más empleo se crea.

Las políticas que impulsan la actividad empresarial derivadas de los Acuerdos Sociales se proyectan de manera positiva en la creación de empleo y en el fortalecimiento de la productividad, razón por la que es tan importante un Gobierno de estabilidad y con políticas presupuestarias orientadas en esa dirección partiendo del Diálogo Social y del Acuerdo con los Agentes Sociales y Económicos.

En este buen comportamiento del mercado de trabajo también tiene una influencia decisiva el papel de la negociación co-

Valoración datos paro: CEA destaca que Andalucía es la comunidad donde más empleo se creó

lectiva. Desde CEA, seguimos insistiendo en que el convenio colectivo tiene que ser, además de un instrumento esencial para la regulación de las relaciones de trabajo, una plataforma efectiva para facilitar el acceso al mercado de trabajo de las personas desocupadas, generando un marco regulatorio que facilite a las pequeñas empresas

la cobertura de vacantes en función de las necesidades productivas.

Por otra parte, en un análisis global sobre los mecanismos de contratación, las organizaciones empresariales seguimos demandando seguridad jurídica y una adecuación de los costes laborales a la realidad de nuestro tejido empresarial, dado que

estos factores afectan de manera negativa a la productividad de nuestro país.

El incremento de la contratación en general sigue reflejando un peso importante de la contratación indefinida de ocupación permanente, representa el 60% del total de contratos indefinidos, por lo que no se traduce en un mayor número de horas de trabajo, y esto hace que la productividad por ocupado a tiempo completo siga estancada evidenciando debilidades estructurales persistentes.

En resumen, para que la mejora del mercado de trabajo se asiente en elementos estructurales sólidos y consistentes y no solo en los vaivenes de la economía, ya sea por causas sobrevenidas o comportamientos coyunturales o estacionales, es necesario un marco jurídico laboral flexible, fiable y competitivo.

CEA

La Confederación de Empresarios de Andalucía es la organización empresarial de referencia en Andalucía, con más de 200.000 empresas asociadas y 800 organizaciones territoriales y sectoriales miembros.

Es agente del Diálogo Social, voz de la empresa en Andalucía e interlocutora legítima con las administraciones públicas para trasladar las propuestas e intereses de la empresa en los espacios de decisión.

Compromiso. Excelencia. Acción.



Amparo Bou: “Si compites por precio, siempre habrá alguien más barato que tú”

ENTREVISTA

AMPARO BOU
FUNDADORA Y DIRECTORA
DE SINLÍMITES
COMUNICACIÓN
Y DE ORATORIA Y
COMUNICACIÓN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Es usted fundadora de dos empresas relacionadas con la comunicación ¿Cómo nació y cuál ha sido la filosofía que ha guiado el crecimiento de la agencia desde sus inicios?

Sinlímites nació hace 15 años, cuando llegué a Jerez desde mi Valencia natal, y tuve que empezar de cero. Había trabajado casi 20 años en la Cadena SER, y quería seguir vinculada al mundo del periodismo y la comunicación. Como no encontré oportunidades por cuenta ajena, decidí lanzar mi propio proyecto.

Oratoria y Comunicación es una evolución natural del trabajo de estos últimos años, en los que he realizado mucha formación y consultoría sobre comunicación corporativa para emprendedores y empresas. De ahí surgió la idea de darle un valor propio, añadiendo la oratoria, que es muy importante en comunicación empresarial.

El sector de la comunicación ha cambiado enormemente en los últimos años. ¿Cuáles considera que son hoy los principales retos y oportunidades para las agencias?

El principal reto es hacer entender a las empresas y a los emprendedores el valor de la comunicación para que los negocios sean viables. Si tienes el mejor servicio o producto, pero nadie lo conoce, será muy difícil que tengas ventas. Y además hay que tener estrategia, objetivo y planificación.

Hay quienes me llegan frustrados porque no dejan de publicar en Instagram pero no hay retorno. Yo les digo, ¿para qué estás publicando en Instagram? ¿Cuál es

tu objetivo? ¿Tu cliente potencial está ahí o está en otro canal? Sin una estrategia previa pensada y planificada, publicar por publicar no sirve de nada.

En cuanto a las oportunidades, obviamente internet abre un mundo enorme para las agencias. De un lado, para trabajar con más clientes en remoto, generar más creatividad e innovación. Y de cara al cliente, internet permite a la agencia ofrecer nuevos servicios relacionados con los canales digitales.

¿Qué aspectos diferencian a Sinlímites Comunicación y a Oratoria y Comunicación de otras agencias y qué valor buscan aportar a sus clientes?

Yo diría que la fusión de la comunicación que hacíamos antes de internet, y la digital. Quienes nacimos y nos formamos en analógico hemos sabido añadir toda la nueva pata de la comunicación digital a nuestros conocimientos, y eso multiplica el valor del trabajo.

Otro valor es la experiencia, nada menos que 30 años vinculada a este sector. Y un tercero, que he estado al otro lado: he trabajado en prensa, radio y televisión, por lo que sé qué trabajo ofrecer como agencia para que sea útil al máximo.

En cuanto a Oratoria y Comunicación, llevo también muchos años presentando eventos, hablando en público, haciendo programas en directo y entrevistas en radio y televisión, y por tanto no enseñamos teorías, sino el valor de la práctica real.

Mirando al futuro, ¿qué objetivos se marca y qué tendencias cree que definirán el sector de la comunicación en los próximos cinco años?

Mi objetivo es mantener Sinlímites Comunicación como una empresa consolidada, mientras impulsamos el nuevo proyecto que es el que más ilusión personal me hace, el de Oratoria y Comunicación.

El sector a medio plazo tiene un magnífico futuro, porque cada vez más empresas se dan cuenta de que tener una estrategia de comunicación es esencial. Especialmen-

te porque internet supone una gran oportunidad de visibilidad, pero también un gran peligro: cualquier negocio, grande o pequeño, está expuesto a una crisis de reputación cuando un cliente pone un reseña negativa que se hace viral, por ejemplo. Las empresas que estén preparadas para afrontarlo, podrán salir adelante.

Desde el punto de vista de mujer emprendedora, ¿cómo ha evolucionado el emprendimiento femenino en la provincia de Cádiz durante los últimos años? ¿Qué avances destacarías y qué barreras siguen existiendo?

En los dieciséis años que llevo en la provincia de Cádiz, el emprendimiento femenino ha dado un gran salto adelante; cada vez hay más mujeres al frente de negocios, y otras que gestionaban empresas “en la sombra” se han hecho visibles. En este sentido, la labor de la Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales de la Provincia de Cádiz (AMEP) está siendo muy importante para impulsar el cambio y generar redes de apoyo mutuo y visibilidad.

Como empresaria, ¿qué valores intentas transmitir tanto a tu equipo como a las mujeres que están pensando en emprender?

En un mundo en el que cualquiera tiene a su alcance cientos de empresas como la tuya, creo que el gran valor debe ser la excelencia. Si compites por precio, siempre habrá alguien más barato que tú.

La conciliación continúa siendo uno de los grandes desafíos para muchas mujeres. ¿Qué medidas crees que deberían impulsar las empresas y las administraciones para facilitar el liderazgo femenino?

Me da rabia que siempre se hable de la conciliación en foros de mujeres, cuando tiene que ver con compartir. Los datos dicen que muchas mujeres emprenden justamente para poder conciliar mejor con las cargas familiares, pero eso hace que tengan una doble carga, no se reparte equitativamente. Más que medidas públicas, para

mí es esencial conseguir que los hombres sean nuestros aliados y no vean las reivindicaciones de las mujeres como una amenaza, porque no lo es. Aparte de ser de justicia, es que lo que las mujeres dejamos de aportar supone un alto coste de oportunidad para la sociedad.

“El sector a medio plazo tiene un magnífico futuro, porque cada vez más empresas se dan cuenta de que tener una estrategia de comunicación es esencial”

¿Qué importancia tiene crear redes de apoyo y colaboración entre mujeres empresarias y cómo contribuye la asociación a fortalecer ese ecosistema?

Es muy importante; esas redes crean sinergias y ganancias para las empresas, y por tanto riqueza a la sociedad. Hoy en día una empresa no puede funcionar sin generar lazos con otras complementarias o compatibles. El contacto personal, además, sigue siendo esencial para fortalecer ese lazo, por mucho que las videollamadas o las reuniones en remoto hayan abierto un nuevo campo de colaboración.

Para terminar, ¿qué mensaje te gustaría enviar a las mujeres que tienen una idea de negocio, pero aún no se atreven a dar el paso de emprender?

Mi consejo es que elijan un sector que les apasione, y trasladen esa pasión al proyecto. Que escriban un plan de negocio realista, se formen en gestión empresarial, y busquen el apoyo de alguna institución. Yo no había sido nunca autónoma, no sabía nada de gestión empresarial, y busqué el apoyo del CADE de Jerez, al que le estaré siempre agradecida. También desde AMEP podemos orientar a cualquier emprendedora que no sepa por dónde empezar. Y un último consejo: contar con un plan de comunicación corporativa que haga visible el proyecto con coherencia y calidad desde el primer día.



La sociedad del “ya veremos”

Hay una expresión que utilizamos con demasiada frecuencia y a la que apenas prestamos atención. Es corta, cómoda y aparentemente inofensiva: «ya veremos».

La empleamos cuando una decisión puede esperar unos días más, cuando un problema todavía no aprieta lo suficiente o cuando preferimos pensar que las circunstancias acabarán resolviéndose por sí solas. Nos da una sensación de calma, casi de alivio. Al fin y al cabo, decidir implica asumir responsabilidades, mientras que aplazar solo exige dejar pasar el tiempo.

El inconveniente es que el tiempo nunca deja de avanzar.

Vivimos en una sociedad extraordinariamente eficaz para reaccionar cuando las cosas ya no tienen remedio, pero bastante menos acostumbrada a anticiparse. Esperamos a que aparezcan las dificultades para empezar a buscar soluciones, como si los problemas nacieran de un día para otro y no fueran, en realidad, el resultado de muchas decisiones que nunca llegaron a tomarse. Quizá por eso nos hemos acostumbrado a convivir con el «ya veremos». Está presente en las administraciones, en las empresas y también en nuestra vida cotidiana. Retrasamos conversaciones importantes porque nunca parece el momento adecuado. Posponemos proyectos esperando unas condiciones perfectas que casi nunca llegan. Aplazamos decisiones pensando que dentro de unos meses será más fácil elegir. Y, mientras tanto, el calendario sigue avanzando con una indiferencia absoluta hacia nuestras dudas.

Lo curioso es que casi todos los grandes problemas empiezan siendo pequeños. Avisan. Dan señales. Ofrecen tiempo para actuar. Pero pocas veces les prestamos atención mientras todavía son manejables. Basta mirar alrededor. Durante años hemos sabido que el acceso a la vivienda acabaría convirtiéndose en una de las mayores preocupaciones de miles de familias. También que la gestión del agua exigiría planificación y acuerdos a largo plazo, que muchas infraestructuras tendrían que adaptarse a nuevas necesidades o que el envejecimiento de la población terminaría planteando desafíos sociales y económicos de enorme calado. Ninguna de estas cuestiones apareció de la noche a la mañana. Todas llevaban mucho tiempo llamando a la puerta.

Y, sin embargo, seguimos actuando demasiadas veces como si todavía dispusiéramos de margen infinito.

Sucede algo parecido en el ámbito empresarial. Las organizaciones que mejor resisten los momentos difíciles no suelen ser las que reaccionan más rápido cuando llega una crisis, sino aquellas que llevaban tiempo preparándose para escenarios que otros ni siquiera contemplaban. La diferencia rara vez está en improvisar mejor, sino en haber pensado antes.

En el fondo, ocurre exactamente igual en nuestra vida. Todos tenemos esa llamada que llevamos semanas posponiendo, ese proyecto que empezaremos «cuando pase el verano», esa decisión profesional que nunca termina de encontrar el momento oportuno o ese cambio personal que siempre dejamos para más adelante. Nos convencemos de que esperar unos meses no marcará ninguna diferencia. A veces es cierto. Muchas otras, no. Quizá hemos confundido la capacidad de reaccionar con la capacidad de prever. Admiramos a quien

consigue apagar un incendio, pero apenas reparamos en quien evitó que llegara a producirse. Aplaudimos las soluciones de urgencia y olvidamos el enorme valor que tiene la planificación silenciosa, esa que no genera titulares precisamente porque evita que los problemas acaben ocupándonos.

Y tal vez ahí esté una de las grandes lecciones de nuestro tiempo. No todo se resuelve con más velocidad. Hay decisiones que simplemente necesitan llegar antes.

Pensar a medio y largo plazo no significa vivir pendiente del futuro. Significa cuidar el presente con la suficiente responsabilidad como para no dejar que los problemas crezcan hasta hacerse inmanejables. Significa entender que algunas de las mejores decisiones son precisamente aquellas cuyos resultados pasan desapercibidos porque evitaron males mayores.

Vivimos rodeados de palabras como innovación, transformación o cambio. Todas son importantes. Pero existe otra mucho más discreta y, probablemente, mucho más determinante: anticipación. Porque los países avanzan cuando saben mirar más allá de la próxima semana. Las empresas se fortalecen cuando toman decisiones antes de que sean inevitables. Y las personas también construyen una vida mejor cuando dejan de esperar constantemente al momento perfecto. Quizá no podamos evitar todos los problemas. Sería ingenuo pensarlo. Pero sí podemos decidir si queremos seguir instalados en el cómodo refugio del «ya veremos» o empezar a actuar cuando todavía estamos a tiempo. Porque hay decisiones que pueden esperar unos días. Pero hay otras que llevan demasiado tiempo esperando por nosotros.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Andalucía

Sostenibilidad y Competitividad: El Talento como motor de la Transición Verde en Andalucía

La sostenibilidad ha dejado de ser un concepto abstracto o un mero compromiso ético en las memorias anuales corporativas. Hoy representa la mayor fuerza de transformación económica, industrial y social a la que nos enfrentamos. Gestionar esta transición ecológica con éxito exige un tejido empresarial fuerte, innovador y, sobre todo, capaz de aprovechar el cien por cien del potencial disponible. Como presidenta de ANSEMAC, constato cada día que los desafíos medioambientales y la gestión del talento están intrínsecamente unidos. Diseñar el nuevo modelo productivo verde sin contar de forma plena con la visión y la capacidad directiva de las profesionales del sector no solo restaría eficacia al proceso, sino que limitaría nuestra competitividad en los mercados globales.

Si analizamos la evolución industrial, los sectores que hoy lideran la descarbonización —como las energías renovables, la ingeniería ambiental, la gestión del agua o la edificación sostenible— han estado vinculados tradicionalmente a entornos con una baja presencia femenina en puestos directivos y técnicos. Sin embargo, el escenario actual exige romper con esos moldes históricos. En pleno proceso de reconfiguración económica, retener el talento cualificado y fomentar la diversidad en la toma de decisiones estratégicas se ha convertido en una necesidad empresarial de primer orden. La transformación hacia una economía baja en carbono requiere agilidad, enfoques plurales y la excelencia técnica de los mejores perfiles disponibles, sin sesgos de ningún tipo.

OPINIÓN
ESPERANZA FITZ
PRESIDENTA DE ANSEMAC



Actualmente nos encontramos en pleno epicentro de un cambio cultural impulsado por la economía circular y la digitalización. Esto no se reduce a grandes directrices normativas, sino a proyectos aplicados directamente sobre el terreno. Un claro ejemplo es cómo la innovación en el ecodiseño, la optimización en la gestión de residuos y la simbiosis industrial están redefiniendo la rentabilidad de las organizaciones. Las iniciativas público-privadas y los modelos de gestión circular que se impulsan desde el tejido empresarial demuestran la capacidad de las profesionales para articular soluciones reales y medibles. Son proyectos tangibles que impactan directamente en la eficiencia de los recursos y en la sostenibilidad de los municipios andaluces.

El otro gran vector que se está moviendo con una fuerza extraordinaria en nuestra comunidad es la transición energética, con el hidrógeno verde y la bioeconomía a la cabeza. Andalucía tiene ante sí una oportunidad histórica para consolidarse como el gran nodo de energía limpia de Europa. Conseguir este objetivo estratégico depende de nuestra capacidad para generar y atraer perfiles altamente especializados en las disciplinas técnicas y científicas que demandan estos nuevos mercados. Por ello, desde la asociación centramos nuestros esfuerzos en generar sinergias y

alianzas directas con el tejido productivo y las entidades formativas. El mercado requiere, de manera urgente, incorporar más ingenieras, tecnólogas y profesionales cualificadas que asuman mandos de responsabilidad en la dirección de plantas fotovoltaicas y consultorías ambientales. La incorporación de mujeres en la alta dirección no responde a una cuestión de estética corporativa, sino a una mejora objetiva de la gobernanza y los criterios ESG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza). Los datos demuestran de forma recurrente que los consejos de administración que integran perfiles diversos tienden a adoptar estrategias medioambientales más proactivas y muestran una mayor solvencia en la gestión de riesgos a largo plazo. La visión analítica, la resiliencia en contextos complejos y la capacidad para construir sólidas redes de cooperación público-privada son habilidades indispensables para la dirección empresarial del siglo XXI.

Las oportunidades de desarrollo se extienden a lo largo de todo el espectro económico, afectando tanto a la modernización de los sectores tradicionales —como la agroindustria avanzada o el turismo sostenible— como al posicionamiento de Andalucía en grandes hitos transformadores. Un ejemplo de ello es la candidatura de Granada 2031, una iniciativa que ANSEMAC ha querido respaldar mediante la firma de un convenio de colaboración, convencidos de que la cultura, la sostenibilidad, la innovación y el talento constituyen pilares complementarios para el

desarrollo económico y social de nuestro territorio. En todos estos escenarios, el papel de las profesionales del sector medioambiental es clave para acelerar la innovación, impulsar nuevos modelos de desarrollo y fortalecer la competitividad de Andalucía.

No podemos olvidar que la verdadera capilaridad de esta revolución verde se mide en el tejido de nuestras pequeñas y medianas empresas, así como en el entorno rural. Son las pymes lideradas por mujeres las que, con un fuerte arraigo local, fijan la población al territorio en nuestras ocho provincias a través de proyectos de ecoturismo, consultoría de proximidad o agricultura regenerativa. Apoyar su consolidación es asegurar una transición cohesionada y sin dejar a nadie atrás. Para consolidar una neutralidad climática que asegure el futuro económico de la región, el empresariado liderado por mujeres necesita un marco normativo e institucional que impulse su crecimiento. Resulta fundamental promover incentivos que faciliten el acceso a la financiación, la internacionalización y la consolidación de las pymes y autónomas vinculadas a la economía verde.

La transformación ecológica de nuestro sistema productivo demanda el máximo rigor y el aprovechamiento integral de nuestros recursos humanos. Las empresarias del sector medioambiental andaluz estamos plenamente comprometidas en liderar este cambio aportando valor, eficiencia técnica y competitividad. El futuro de nuestra economía será sostenible y eficiente en la medida en que sepamos impulsar y consolidar el liderazgo de nuestras profesionales.

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

nº54 | Depósito Legal: SE 321-2022

Imprime: BERMONT

OPINIÓN

ANA JÁUREGUI
RAMÍREZINGENIERA Y DIRECTORA-GERENTE
DEL REAL ALCÁZAR DE SEVILLA Ana María Jáuregui
Ramírez @amjauregui

El modelo andaluz de sostenibilidad que blinda nuestro futuro y nuestro pasado

En pleno ecuador de esta década decisiva, el concepto de sostenibilidad ha dejado de ser un mero apéndice en las memorias corporativas para convertirse en el auténtico motor de tracción de la economía. Hoy, en 2026, la sostenibilidad ya no se predica; se diseña, se calcula y se ejecuta. En Andalucía, y muy especialmente en el área metropolitana de Sevilla, estamos asistiendo a una revolución silenciosa donde la ingeniería aplicada está redefiniendo cualquier área productiva, desde la pujante industria aeroespacial y el sector agroalimentario, hasta la gestión del mayor de nuestros tesoros: el patrimonio histórico, todo ello dentro de una estrategia de Ingeniería de vanguardia y legado milenario.

Si observamos el tejido productivo andaluz actual, descubrimos un ecosistema que ha entendido que la eficiencia no es una opción, sino un imperativo de supervivencia y competitividad. La ingeniería se enfrenta a retos formidables, con el estrés hídrico y la descarbonización a la cabeza. En los parques industriales de Sevilla y en su puerto marítimo de interior —un nodo logístico sin parangón—, la transición energética se ha materializado en proyectos punteros de hidrógeno verde y en la integración de comunidades energéticas basadas en fotovoltaica de última generación. La agroindustria del Valle del Guadalquivir, por su parte, ya no mira al cielo esperando la lluvia, sino a los centros de control de datos, donde la sensorica avanzada, los gemelos digitales y la inteligencia artificial optimizan cada gota de agua y cada kilovatio de energía consumido.

Este nuevo paradigma productivo, basado en la economía circular y la eficiencia de los recursos, nos demuestra que la innovación tecnológica es la única vía para garantizar el progreso sin comprometer el entorno. Sin embargo, el verdadero examen de madurez de este modelo andaluz de ingeniería sostenible no se encuentra únicamente en los polígonos industriales de nueva creación o en las grandes plantas fotovoltaicas, sino en su capacidad para aplicarse allí donde el margen de maniobra es mínimo y el valor a proteger es incalculable: nuestros cascos históricos y nuestros monumentos.



Es aquí donde la mirada se detiene inevitablemente en el Real Alcázar de Sevilla. Ser declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO no es un simple título honorífico que adorne las guías turísticas; es un compromiso vinculante, una responsabilidad intergeneracional que exige el cumplimiento de los estándares de conservación más rigurosos del planeta. Gestionar un recinto palaciego que es, simultáneamente,

un ecosistema vivo, un motor turístico de primer orden y una joya arquitectónica milenaria, requiere de una visión holística donde la ingeniería y la sostenibilidad se den la mano.

En los últimos tiempos, la nueva gestión del monumento ha implementado un enfoque transformador. Lejos de las antiguas dinámicas reactivas, las nuevas alianzas de provisión y los modelos de gestión integral

que hoy rigen el Alcázar han blindado el recinto a través de la tecnología, alineándolo milimétricamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las estrictas normativas internacionales de protección del patrimonio.

Uno de los avances más fascinantes del Alcázar es la gestión energética del conjunto, donde se ha completado una transición energética integral que asegura que el cien por cien de la electricidad que nutre sus palacios, jardines y fuentes provenga de fuentes renovables certificadas. Pero la verdadera revolución de la ingeniería invisible reside en la eficiencia, la modernización de los sistemas lumínicos hacia tecnologías de estado sólido (LED) de espectro controlado no obedece únicamente a una cuestión de ahorro en la factura o reducción de la huella de carbono —que es drástica—, se trata de un sistema de defensa preventiva o la eliminación de la radiación térmica y ultravioleta que emitían las antiguas luminarias, frena en seco el deterioro de las frágiles yeserías mudéjares, las policromías y los tapices. Es sostenibilidad aplicada a la conservación pura.

Por otro lado, la batalla más compleja en cualquier edificio histórico, la lucha contra la humedad ha cambiado de frente. Con un nuevo enfoque actual y moderno, se ha desterrado las intervenciones invasivas y los tratamientos químicos agresivos para abrazar la ingeniería de vanguardia. La erradicación de la humedad por capilaridad en los muros centenarios se aborda hoy mediante sistemas de electroósmosis inalámbrica y deshumidificación pasiva. Esta tecnología, altamente eficiente y de nulo impacto visual, respeta escrupulosamente la integridad de la piedra y el mortero original, demostrando que la solución a los problemas del siglo XI se encuentra en la tecnología del siglo XXI.

A esto se suma la digitalización como herramienta de control de impacto. La presión humana es, a menudo, el mayor factor de erosión de un monumento. La nueva infraestructura tecnológica del Alcázar no solo facilita la adquisición de entradas eliminando por completo el soporte en papel, sino que ha convertido el palacio en un *Smart Destination*, con la introducción de cámaras inteligentes Algoritmos predictivos y mapas de calor permiten monitorizar los flujos de visitantes en tiempo real, redirigiendo cargas, evitando cuellos de botella y garantizando que la "capacidad de carga" del monumento nunca se exceda. Esta ingeniería de datos asegura que la experiencia del visitante sea excelente, pero, sobre todo, garantiza que la huella física y ambiental del turismo se reduzca a su mínima expresión.

En definitiva, Sevilla y Andalucía están demostrando que la sostenibilidad no es una limitación al desarrollo productivo, sino su catalizador más potente. Desde la modernización de los regadíos en nuestra campiña hasta la implantación de energías limpias en nuestros parques tecnológicos, la ingeniería andaluza marca el paso. Y es un motivo de profundo orgullo comprobar cómo esa misma vanguardia técnica, impulsada tanto por la gestión pública como privada, se caracteriza por ser moderna y valiente y está sirviendo para proteger, mimar y proyectar hacia el futuro nuestra sociedad, nuestra industria y nuestros monumentos.

El patrimonio del mañana será aquel que hayamos sabido hacer sostenible hoy. La historia, y las generaciones venideras, nos están observando.



El socio de Claver & Egler, Gonzalo J. Fdez-Sambruno Claver, posa junto a una infografía del ciclo virtuoso del desarrollo sostenible — economía circular, reciclaje e innovación— protegido bajo el escudo del Compliance ambiental y penal.

La sostenibilidad ha dejado de ser un valor reputacional para convertirse en una obligación jurídica de primer orden cuyo incumplimiento acarrea sanciones administrativas millonarias, responsabilidad penal del administrador y exclusión de mercados enteros. La economía lineal está definitivamente superada. La Unión Europea, España y Andalucía articulan un marco normativo cada vez más denso que impone transitar hacia un modelo circular basado en reducción, reutilización, reciclaje e innovación. En este escenario, el Compliance ambiental y penal es el instrumento imprescindible para que la empresa no solo sobreviva a la transición ecológica, sino que la lidere.

Un marco normativo en aceleración exponencial

En el plano interno, la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular transpone las Directivas (UE) 2018/851 y 2019/904, crea el Impuesto especial sobre envases de plástico no reutilizables y refuerza el régimen sancionador con multas de hasta 3,5 millones de euros. La Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética obliga a las grandes empresas y cotizadas a informar sobre riesgos climáticos. En Andalucía, la nueva Ley 2/2026, de 12 de marzo, para la Gestión Ambiental de Andalucía (LEGAM), en vigor desde el 20 de junio de 2026, sustituye a la anterior Ley 7/2007 (GICA), unifica procedimientos y crea la Licencia Ambiental.

En el plano europeo, el Reglamento (UE) 2020/852 (Taxonomía verde) condiciona el acceso a la financiación sostenible; la Directiva (UE) 2022/2464 (CSRD) —pendiente de transposición en España y reformada por

Desarrollo sostenible: el compliance como motor de la economía circular, el reciclaje y la innovación

la Directiva Ómnibus I (2026/470)— exige reporting bajo estándares ESRS; la Directiva (UE) 2024/1760 (CS3D) de diligencia debida, con transposición aplazada a julio de 2028; el Reglamento (UE) 2024/1781 (ESPR), en vigor desde el 18 de julio de 2024, establece requisitos de ecodiseño y el Pasaporte Digital de Producto; y el Reglamento (UE) 2023/1115 (EUDR), aplicable desde el 30 de diciembre de 2026, afecta a exportadores andaluces de siete materias: bovino, cacao, café, aceite de palma, caucho, soja y madera.

Riesgos penales del incumplimiento ambiental

Los delitos contra los recursos naturales y el medio ambiente están tipificados en los artículos 325 y siguientes del Código Penal. El art. 325 CP (delito ecológico) contempla, según los tipos, prisión de seis meses a cinco años, y hasta siete años y medio cuando se genera un riesgo grave para la salud de las personas. El art. 326 CP tipifica el delito relativo a los residuos —recogida, transporte, valorización, transformación, eliminación o aprovechamiento indebidos—, castigando en su apartado 2 el traslado ilícito. El art. 326 bis CP sanciona la explotación de instalacio-

nes peligrosas; el art. 327 CP contempla tipos agravados. El art. 328 CP regula la responsabilidad penal de la persona jurídica, con multas de hasta el cuádruple del perjuicio, inhabilitación de hasta quince años, clausura de locales e incluso disolución de la sociedad. Y el art. 329 CP tipifica la prevaricación medioambiental.

Cierra el círculo el art. 308 CP, que castiga el fraude de subvenciones —hoy tan relevante en Next Generation EU y PERTE— con prisión de uno a cinco años para importes superiores a 100.000 € y pérdida de ayudas públicas durante tres a seis años. Todo ello bajo la doctrina consolidada por la Circular 1/2016 FGE y las SSTs 154/2016 y 221/2016.

Economía circular, reciclaje e innovación: los tres frentes de riesgo

La economía circular obliga a diseñar productos reparables y reciclables, implantar la responsabilidad ampliada del productor y documentar la trazabilidad. En el reciclaje —el terreno más fiscalizado— la Administración vigila la clasificación de residuos por código LER, la homologación de gestores autorizados, las declaraciones anuales al Sistema electrónico de Información de Residuos (e-SIR) y

OPINIÓN

GONZALO JUAN FERNÁNDEZ-SAMBRUNO CLAVER

ABOGADO TITULAR DE CLAVER & EGLER ABOGADOS Y MEDIADORES SLP. PENALISTA ECONÓMICO, COMPLIANCE OFFICER POR WCA E IOC (ÚNICO EN EL MUNDO)

Gonzalo Fernández Sambruno

el respeto de la jerarquía de residuos. La innovación — bioeconomía, valorización energética, bioplásticos, captura de carbono— abre acceso a los grandes fondos europeos, pero su documentación deficiente arrastra riesgo penal por fraude de subvenciones.

Beneficios estratégicos del Compliance sostenible

Implantar un modelo certificable conforme a UNE-EN ISO 14001, UNE 19601:2025 (versión actualizada de compliance penal) y UNE-ISO 37301:2021 produce cuatro efectos: protección penal y patrimonial del administrador; acceso a la financiación sostenible y a la contratación pública verde; requisito de acceso a grandes clientes exigido por CSRD, CS3D y EUDR; y refuerzo de la marca Andalucía como territorio de excelencia sostenible.

Por qué acudir a especialistas: nuestra posición única

El Compliance sostenible no admite soluciones genéricas. Claver & Egler Abogados reúne la combinación de acreditaciones más completa del mercado:

- Somos el único despacho del mundo con las dos certificaciones internacionales como Compliance Officer Técnico, expedidas por la World Compliance Association (WCA) y por el Instituto de Oficiales de Cumplimiento (IOC).

- Somos el despacho oficial de FEICASE (Confederación Provincial de Empresarios de Alimentación, Droguería, Perfumería y Afines de Sevilla).

- Somos el socio oficial en materia de Compliance de LANDALUZ, la Asociación Empresarial de la Calidad Certificada de Andalucía.

Esta triple condición nos convierte en el despacho de mayor relevancia en materia de cumplimiento normativo sostenible para las empresas de nuestra comunidad autónoma, con formación de Máster y Doctorando en Derecho Penal Económico y experiencia en la implantación de modelos ambientales a medida.

Conclusión

El desarrollo sostenible es hoy un imperativo jurídico verificable y penalmente exigible. Operar sin Compliance ambiental no es una opción arriesgada: es una negligencia que puede costar la empresa, el patrimonio y la libertad del administrador. Un despacho con la doble certificación internacional y los acuerdos institucionales de Claver & Egler Abogados — oficial de FEICASE y socio oficial de Compliance de LANDALUZ— puede diseñar e implantar el modelo que garantice que su empresa lidere la Andalucía sostenible del futuro.

OPINIÓN

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

 Rocío Tornay Márquez

Hay sectores que conocen muy bien a sus clientes, pero sorprendentemente poco a sí mismos.

El publicitario es un buen ejemplo. Su trabajo consiste, en gran medida, en observar: entender cómo cambia el consumidor, interpretar tendencias, detectar nuevas necesidades, analizar audiencias, construir posicionamientos y ayudar a otras empresas a tomar mejores decisiones. Sin embargo, cuando la mirada se dirige hacia dentro, aparecen preguntas que no siempre son fáciles de responder.

¿Cómo está realmente el sector? ¿Cuáles son sus principales problemas? ¿Qué está cambiando en la relación con los clientes? ¿Se compite demasiado por precio? ¿Qué impacto está teniendo la inteligencia artificial? ¿Existen verdaderas oportunidades de crecimiento fuera del mercado local? ¿Cómo condiciona la contratación pública a las empresas? ¿Qué está ocurriendo con el talento?

Y aquí aparece una cuestión que, desde hace años, me interesa especialmente: la diferencia entre tener impresiones y tener conocimiento.

Todos los sectores construyen relatos sobre sí mismos. “Los clientes cada vez pagan menos”. “Ahora todo se quiere para ayer”. “La inteligencia artificial va a cambiarlo todo”. “Fuera de Andalucía hay más oportunidades”. “La competencia es cada vez mayor”. “Falta talento”. “Sobran agencias”. “Falta dimensión”.

Muchas de estas afirmaciones pueden ser ciertas. O parcialmente ciertas. O ciertas solo para determinados tipos de empresas.

El problema comienza cuando una percepción compartida termina convirtiéndose en una verdad colectiva sin haber sido suficientemente contrastada.

Por eso considero que la investigación tiene una función especialmente valiosa en los sectores empresariales: transformar conversaciones dispersas en conocimiento estructurado.

No se trata simplemente de hacer encuestas. Investigar un sector significa algo bastante más complejo. Significa escuchar antes de preguntar. Comprender los códigos internos de una industria. Identificar sus tensiones. Detectar qué temas generan consenso y cuáles dividen. Y, solo después, medir hasta qué punto determinadas percepciones están realmente extendidas.

Esta idea se ha hecho especialmente visible para mí al trabajar recientemente sobre el sector publicitario sevillano. No tanto por los resultados concretos obtenidos, sino por el propio proceso de investigación.

Cuando escuchas a profesionales hablar con libertad aparecen matices que difícilmente caben en una estadística. Se habla de

Cuando un sector se mira al espejo



estudio realizado, esta cuestión alcanza al 67,6% de las empresas participantes.

Y cuando, al mismo tiempo, el 68% considera que el precio sigue estando entre las principales prioridades de los clientes, aparece una conexión relevante. El dato deja de ser una cifra aislada y comienza a explicar una dinámica de mercado: la presión sobre los márgenes no puede entenderse sin observar también cómo se compra y cómo se valora el trabajo publicitario.

Eso es, para mí, lo verdaderamente interesante de investigar: conectar puntos que hasta entonces aparecían separados.

Lo mismo sucede con la inteligencia artificial. Podemos hablar de ella desde la fascinación, desde el miedo o desde la intuición. Pero conocer cuántas empresas la están incorporando, para qué la utilizan y cómo anticipan su impacto permite elevar la conversación. En este caso, el 61% de las empresas participantes afirma incorporarla en sus procesos, mientras que sus usos se extienden ya a ámbitos como la investigación, el análisis, el diseño o la producción audiovisual.

A partir de ahí, las preguntas cambian. Ya no se trata de debatir si la IA llegará al sector. La pregunta es cómo se está integrando, qué capacidades transforma, qué tareas automatiza, qué perfiles profesionales modifica y dónde seguirá siendo imprescindible el criterio humano.



Y ese cambio en las preguntas no es menor. Una buena investigación no solo ofrece respuestas; ayuda a formular mejores preguntas.

También permite detectar contradicciones. Y las contradicciones suelen ser uno de los territorios más fértiles para comprender una realidad empresarial.

Un sector puede sentirse presionado por la competencia externa y, al mismo tiempo, trabajar mayoritariamente fuera de su territorio. Puede percibir clientes más profesionalizados y, simultáneamente, considerar que el precio continúa condicionando muchas decisiones. Puede adoptar con rapidez nuevas tecnologías y, a la vez, mantener incertidumbre sobre sus efectos en el talento y en los modelos de negocio.

De hecho, una de las conclusiones más sugerentes del análisis es precisamente esa convivencia entre apertura y dificultad: el 83% de las empresas participantes afirma trabajar fuera de Andalucía, pero las barreras para crecer siguen concentrándose en la captación comercial y en la competencia nacional consolidada.

¿Qué nos dice esto? Que tener capacidad para prestar servicios fuera no equivale necesariamente a tener una estrategia de expansión consolidada. Y esa diferencia puede ser decisiva para pensar el futuro de un sector.

Desde mi experiencia, uno de los mayores valores de la investigación sectorial es precisamente este: hacer visible lo que existe, pero todavía no se ha formulado con claridad.

Porque cuando un sector dispone de conocimiento sobre sí mismo, puede tomar mejores decisiones. Las asociaciones empresariales pueden orientar mejor sus prioridades. Las empresas pueden contextualizar sus propios problemas. Las administraciones pueden comprender mejor la realidad sobre la que diseñan políticas o procesos de contratación. Las universidades pueden anticipar nuevas necesidades profesionales. Y el propio sector puede construir un relato más sólido sobre su contribución económica y social.

Hay además otra cuestión que considero especialmente importante: investigar genera memoria.

Dentro de unos años podremos discutir si la inteligencia artificial transformó el sector tanto como hoy pensamos. Podremos analizar si aumentó la concentración empresarial, si mejoraron los honorarios, si las agencias sevillanas ganaron presencia nacional o si cambió la relación con la Administración.

Pero para saber cuánto hemos cambiado necesitamos conocer desde dónde partíamos.

Por eso, cada vez estoy más convencida de que los sectores económicos necesitan algo más que actividad, talento y capacidad de adaptación. Necesitan conocimiento compartido sobre sí mismos.

En un entorno marcado por la aceleración tecnológica, la incertidumbre y la transformación de los mercados, decidir únicamente desde la intuición resulta cada vez más arriesgado. La experiencia profesional sigue siendo imprescindible, por supuesto. Pero la experiencia gana fuerza cuando puede dialogar con la evidencia.

Quizá esa sea una de las aportaciones más valiosas de la investigación: no decirle a un sector quién es, sino ofrecerle herramientas para comprenderse mejor.

Porque, a veces, para avanzar, lo primero que necesita un sector es mirarse al espejo.

Cuando el mensaje trasciende el púlpito: la gran lección de comunicación del Papa León XIV en España

OPINIÓN

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

Hay acontecimientos que trascienden la mera cobertura informativa para convertirse en auténticos fenómenos globales de comunicación. La reciente visita de Su Santidad el Papa León XIV a España es, sin duda, uno de ellos. Más allá de su profunda dimensión religiosa, espiritual o institucional, el viaje del Santo Padre ha representado una auténtica lección magistral sobre cómo comunicar en una sociedad contemporánea dominada por la velocidad extrema, el bombardeo tecnológico y la fragmentación crítica de las audiencias.

Vivimos inmersos en la denominada era de la sobreinformación o infoxicación. Nunca antes la humanidad había dispuesto de un acceso tan inmediato y masivo a tal cantidad de contenidos y, paradójicamente, nunca antes había resultado tan complejo y costoso captar y retener la atención de las personas. En la actualidad, las noticias de calado institucional compiten directamente con millones de impactos, microcontenidos y mensajes que se publican cada minuto en redes sociales, plataformas audiovisuales, medios nativos digitales y aplicaciones de mensajería móvil. En este escenario hipersaturado, lograr que un mensaje institucional no solo sea escuchado, sino que permanezca en la conversación pública y genere un poso reflexivo, constituye uno de los mayores retos estratégicos para cualquier organización a nivel mundial.

La Iglesia Católica, como institución milenaria, no es ajena a este desafío histórico. Lejos quedan ya aquellos tiempos en los que la comunicación de un pontífice dependía de manera exclusiva de la mediación tradicional de la televisión, la radio analógica o la prensa escrita de gran tirada. Hoy, el ecosistema de medios ha cambiado de forma radical e irreversible. Las generaciones más jóvenes —los nativos digitales y la generación Alfa— apenas consumen medios tradicionales; sus canales de información de referencia se articulan a través de contenidos en formato audiovisual corto, emisiones en directo, podcasts especializados, comunidades digitales cerradas y redes sociales dinámicas.

La perspectiva desde el Centro Internacional de Prensa

Como periodista y consultor de comunicación, he tenido la extraordinaria oportunidad

de vivir y analizar este acontecimiento histórico desde dentro. Ibersponsor Consultores de Comunicación ha sido una de las firmas profesionales acreditadas en el Centro Internacional de Prensa (CIP) habilitado en Madrid, una infraestructura de vanguardia diseñada específicamente para dar cobertura a la intensa agenda del Pontífice. Compartir espacio físico y sinergias profesionales con más de dos mil periodistas llegados de todos los continentes del planeta permite observar con precisión quirúrgica la inmensa maquinaria comunicativa, logística y tecnológica que hace posible un acontecimiento de esta magnitud.

Para nuestra consultora, esta ha supuesto la segunda experiencia consecutiva de gran calado internacional, tras haber participado de forma activa en la cobertura de la Jornada Mundial de la Juventud (JMJ) de Lisboa. Se trata de dos acontecimientos con naturalezas y formatos organizativos distintos, pero íntimamente unidos por un mismo vector estratégico: la necesidad imperiosa de proyectar un mensaje de valores universales utilizando las herramientas comunicativas más avanzadas del siglo XXI. Comprobar cómo una institución con más de dos mil años de historia es capaz de desplegar una estrategia de comunicación de un dinamismo tan contemporáneo resulta un ejercicio de obligada observación para cualquier analista del sector.

De la información a la conexión emocional

Lo verdaderamente interesante desde una perspectiva técnica es constatar cómo el Vaticano ha entendido con absoluta lucidez que comunicar en el siglo XXI ya no significa únicamente transmitir datos, emitir notas de prensa o publicar documentos oficiales. En el entorno actual, la comunicación corporativa e institucional eficaz pasa por emocionar, inspirar, activar la conversación social, generar confianza mutua y construir una reputación sólida basada en la coherencia. El Papa León XIV no solo ha emitido discursos de alto calado teológico; ha proyectado valores intangibles de un valor estratégico incalculable: cercanía real, naturalidad en el gesto, humildad, empatía activa, capacidad de escucha y una profunda serenidad estructural.

Estos elementos no deben interpretarse de manera simplista como meras cualidades personales de la figura del Pontífice; son, ante todo, atributos de marca y liderazgo que fortalecen la credibilidad de la institución que representa. En un contexto social caracterizado por la desconfianza generalizada hacia los líderes políticos y económicos, la autenticidad percibida en la figura del líder se convierte en el activo de comunicación más potente y transformador. La coherencia entre el lenguaje verbal y el lenguaje no verbal del Papa León XIV ha funcionado como un catalizador de confianza inmediata, logrando desarmar los marcos de polarización preestablecidos.

Estrategia multicanal avanzada

La cobertura de la visita papal integró de



forma simultánea los canales tradicionales (prensa, radio y televisión) con plataformas de streaming en tiempo real y narrativas cortas en redes sociales. Esto permitió segmentar el mensaje para adaptarlo a audiencias heterogéneas, desde jefes de Estado hasta comunidades juveniles dispersas geográficamente, sin desvirtuar la esencia del relato institucional.

Omnicanalidad y segmentación de audiencias

La visita apostólica a España ha destacado asimismo por un uso impecable y maduro de la omnicanalidad. La estrategia diseñada por la Santa Sede ha utilizado con enorme eficacia y de forma simultánea la televisión pública y privada, la radio local y nacional, las agencias internacionales de noticias, las plataformas digitales de contenido bajo demanda y las principales redes sociales del momento. Cada intervención, cada gesto improvisado en el papamóvil, cada saludo protocolario o encuentro privado generaba contenido de alto valor en tiempo real, adaptado específicamente a los formatos y códigos de cada plataforma.

Esta capacidad de generar narrativas transmedia ha permitido que el mensaje papal alcanzara a millones de personas que no se encontraban físicamente en Madrid o en los lugares de los encuentros. Un fragmento de treinta segundos en una red social de vídeo vertical impactaba en un público joven con la misma fuerza comunicativa con la que un editorial de fondo en un diario impreso de referencia influía en los prescriptores de opinión y analistas políticos. Esta diversificación de formatos sin alterar la raíz del discurso es el estándar de oro de la comunicación moderna.

Especial mención y análisis pormenorizado merece la estrategia específicamente dirigida a la juventud. El Papa León XIV ha abordado temáticas de enorme complejidad global como la paz internacional en tiempos de conflicto, la solidaridad intergeneracional, la justicia social activa, la dignidad intrínseca de la persona, la ecología integral, la sostenibilidad y la convivencia democrática. Y lo ha hecho eludiendo tecnicismos dogmáticos o retóricas vacías; al contrario, ha empleado un lenguaje claro, directo, pegado a la realidad cotidiana y profundamente humano. Al hablarles a los jóvenes en su propio plano lingüístico y existencial, el mensaje ha logrado

superar la barrera del escepticismo juvenil habitual hacia las instituciones tradicionales.

La planificación estratégica como factor de éxito

Como profesional de la comunicación, considero digno de admiración el meticuloso trabajo técnico y estratégico desarrollado en perfecta coordinación por los equipos de comunicación de la Santa Sede y las diversas instituciones españolas implicadas. El Centro Internacional de Prensa funcionó con una eficiencia milimétrica, proporcionando conectividad de alta velocidad, traducción simultánea en múltiples idiomas de manera inmediata, salas de edición multimedia y flujos de información constantes y transparentes. Este despliegue demostró con hechos que detrás de cada gran fenómeno mediático y social no hay espacio para el azar; lo que existe es una impecable y rigurosa planificación estratégica.

Esta es, precisamente, la gran lección que las organizaciones del sector privado, las empresas del IBEX, las PYMES y las instituciones públicas deberían extraer de este modelo. La comunicación en el entorno contemporáneo no puede ser fruto de la improvisación ni del impulso coyuntural; debe ser planificada minuciosamente, coordinada por profesionales cualificados y responder en todo momento a una estrategia de largo recorrido. Las crisis reputacionales y la pérdida de relevancia de muchas marcas actuales se deben, en gran medida, a la falta de un relato estructurado y a la dependencia de tácticas cortoplacistas que no construyen valor a largo plazo.

Conclusión y legado

En un mundo globalizado y fragmentado, marcado por la incertidumbre geopolítica, la volatilidad económica y la polarización discursiva, el Papa León XIV ha sabido proyectar un faro de estabilidad institucional, una serenidad balsámica frente a la crispación y una narrativa de la esperanza como eje central y vertebrador de todo su relato público. No ha buscado el titular efímero ni el enfrentamiento estéril, sino la siembra de conceptos duraderos en la mente y el corazón de la opinión pública.

Para Ibersponsor Consultores de Comunicación ha supuesto un auténtico privilegio profesional formar parte activa, una vez más, de un acontecimiento internacional de esta envergadura y trascendencia. Compartir el día a día operativo con más de dos mil periodistas de todo el mundo no solo enriquece nuestra perspectiva técnica, sino que reafirma de manera rotunda nuestro compromiso corporativo con el ejercicio del periodismo riguroso y la consultoría estratégica de la comunicación institucional de alto nivel.

Porque, tal y como ha quedado demostrado en esta visita histórica, la comunicación del siglo XXI ya no consiste únicamente en transmitir datos o en saturar canales informativos. Consiste, en su dimensión más noble y efectiva, en conectar voluntades, generar diálogos constructivos y humanizar los mensajes. Y cuando un discurso logra conectar de manera genuina con millones de personas de diversas procedencias sin perder un ápice de su autenticidad original, deja de ser simplemente comunicación transaccional para convertirse en un verdadero legado cultural e institucional.

Sostenibilidad industrial: la nueva ventaja competitiva de Andalucía



OPINIÓN

ROSA SILES
CONSEJERA Y MENTORA.
DIRECTORA EJECUTIVA DE
FOUNDERS ANDALUCÍA

in Rosa Siles Moreno

Sostenibilidad y competitividad: la hoja de ruta que necesita la empresa industrial

La sostenibilidad ya no es un debate periférico. Es una nueva forma de leer la competitividad. Afecta a cómo una empresa compra, produce, innova, financia su crecimiento, atrae talento y se relaciona con clientes cada vez más exigentes. También afecta a su capacidad para anticiparse en un entorno donde el coste de la energía, la escasez de agua, la presión regulatoria, la trazabilidad de proveedores y la reputación forman parte de la cuenta de resultados.

El Pacto Mundial de la ONU España lo plantea con claridad: las empresas sostenibles son más competitivas. Según su informe “ODS, año 10”, el 93% de los CEOs afirma que al menos diez crisis globales impactan directamente en sus compañías y el 88% de las empresas a nivel global considera sus iniciativas sostenibles como una vía

para crear valor futuro. La sostenibilidad no se incorpora porque el contexto sea estable. Se incorpora porque el contexto es incierto.

Para una empresa, la incertidumbre es no saber cuánto costará la energía dentro de seis meses. Es depender de materias primas sometidas a tensiones internacionales. Es tener clientes que empiezan a exigir información ambiental y social antes de contratar. Es una normativa europea más exigente en reporting, emisiones, cadena de suministro o greenwashing. Es competir en mercados donde la transparencia pesa tanto como el precio y donde la confianza se construye con evidencias. En ese escenario, la sostenibilidad se convierte en una hoja de ruta de futuro.

Una nueva forma de crear valor

Una empresa sostenible es aquella que crea valor económico gestionando mejor sus impactos ambientales, sociales y de gobernanza. Hablamos de reducir emisiones, pero también de cuidar el empleo, mejorar la seguridad laboral, actuar con transparencia, revisar proveedores, optimizar recursos, prevenir riesgos y tomar decisiones con visión de largo plazo.

La sostenibilidad tiene tres dimensiones que deben trabajarse de forma integrada. La ambiental, vinculada a energía, agua, materias primas, residuos, emisiones y biodiversidad. La social, relacionada con empleo de calidad, formación, igualdad, seguridad, diversidad y comunidad. Y la de buen gobierno, que aborda ética, cumplimiento, transparencia, compras responsables y rendición de cuentas.

Los Diez Principios del Pacto Mundial ordenan esta visión: derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Su relevancia ha crecido porque estos principios ya conectan con la evaluación empresarial. Los ratings ESG, los índices bursátiles, las plataformas de evaluación de proveedores y los financiadores miran cada vez más estos ámbitos.

El mercado se mueve en nuevas claves. Ya no valora solo cuánto vende una empresa o cuánto produce. Observa cómo produce, con quién trabaja, qué riesgos asume, qué impacto genera, qué información puede aportar y hasta qué punto está preparada para operar en un entorno más exigente. La competitividad empieza a medirse

también por la calidad de la gestión.

La oportunidad de la pyme industrial

La sostenibilidad no empieza en una memoria anual. Empieza comprendiendo la cadena de valor. Una pyme industrial debe mirar su actividad completa: de dónde vienen sus materias primas, cómo consume energía, qué residuos genera, qué exige su cliente principal, qué dependencia tiene de determinados proveedores, qué procesos pierden eficiencia y qué oportunidades puede activar si incorpora esta mirada.

En una industria, la sostenibilidad se aterriza en cuestiones concretas: consumo energético, agua, materiales, logística, embalajes, mantenimiento, seguridad laboral, formación técnica, proveedores, trazabilidad, calidad y vida útil del producto. La clave es abordarla con criterio empresarial, conectándola con costes, riesgos, clientes y oportunidades.

Primero, comprender el negocio desde esta nueva lógica. Después, identificar los puntos críticos de la cadena de valor. Más tarde, medir lo relevante. Y finalmente, priorizar acciones con impacto real. Ese orden es importante. Medir sin comprender puede llenar a la empresa de datos poco útiles. Comprender bien permite medir mejor y decidir mejor.

Una pyme que reduce consumos gana margen. Una empresa que mejora trazabilidad gana confianza. Una industria que anticipa regulación reduce riesgo. Una organización que cuida a sus personas retiene conocimiento. Una compañía que rediseña productos o procesos puede abrir nuevos

mercados. Esa es la sostenibilidad que interesa: la que entra en la fábrica, en las compras, en la producción y en la toma de decisiones.

Innovación para producir mejor

La sostenibilidad necesita innovación. Innovar no significa necesariamente inventar algo desde cero. Significa convertir conocimiento en valor. Aplicado a la sostenibilidad, implica transformar información sobre recursos, procesos e impactos en soluciones que mejoran la productividad, reducen riesgos y abren oportunidades.

En la empresa industrial, esto puede traducirse en sensores para medir consumos, inteligencia artificial para optimizar procesos, ecodiseño para reducir materiales, mantenimiento predictivo para evitar paradas, circularidad para recuperar valor, energías renovables para reducir dependencia, digitalización para ganar trazabilidad o colaboración con centros tecnológicos y startups para acelerar soluciones.

La innovación sostenible debe estar cerca de la operación. Debe ayudar a fabricar mejor, consumir menos, reducir mermas, mejorar la calidad, anticipar incidencias y responder mejor a clientes y reguladores. No se trata de multiplicar proyectos, sino de elevar la calidad de las decisiones.

Ahí Andalucía tiene una ventaja natural si sabe activarla. Somos una tierra agrícola, industrial, energética, logística, turística y emprendedora. La sostenibilidad conecta directamente con sectores donde nos jugamos buena parte del futuro: agroindustria, agua, energía, economía circular, residuos, salud, movilidad, construcción, tecnología y servicios avanzados. No es una agenda ajena a nuestra identidad productiva. Es una forma de modernizarla.

El factor humano del liderazgo sostenible

Ninguna transformación se sostiene solo con tecnología. La sostenibilidad necesita liderazgo, dirección, coherencia y capacidad para implicar a la organización.

El liderazgo sostenible consiste en integrarla en la estrategia. En preguntar de otra manera en los comités de dirección. En incorporar criterios de sostenibilidad en compras, inversiones, diseño, personas, proveedores, financiación y comunicación. En escuchar a quienes conocen la operación. En formar mandos intermedios. En convertir datos en decisiones.

El factor humano es decisivo porque la sostenibilidad exige cambios reales. Medir puede incomodar. Cambiar procesos requiere método. Pedir trazabilidad exige conversaciones con proveedores. Innovar implica asumir incertidumbre. Priorizar el largo plazo necesita convicción directiva. Por eso las empresas que avancen no serán necesariamente las más grandes, sino las que tengan liderazgo suficiente para aprender antes y actuar mejor.

Andalucía puede hacerlo desde su propia identidad productiva. Desde el campo, la industria, la energía, la ciencia, la universidad, las startups y las empresas que ya están demostrando que producir mejor también es competir mejor.

La sostenibilidad prepara a las empresas para el futuro. Porque el futuro no premiará solo a quien produzca más. Premiará a quien sepa crear más valor con menos impacto. Queda más ejecutivo, sin perder pedagogía, y con la pyme industrial como protagonista real del cambio.

La inteligencia artificial en la resolución de conflictos laborales

La solución autónoma de los conflictos colectivos constituye uno de los pilares fundamentales del modelo español de relaciones laborales. Desde la aprobación del Acuerdo sobre Solución Autónoma de Conflictos Laborales (ASAC) en el ámbito estatal y el desarrollo de mecanismos equivalentes en las distintas comunidades autónomas, la mediación y la conciliación han demostrado ser instrumentos extraordinariamente eficaces para reducir la conflictividad laboral y fortalecer el diálogo social.

En Andalucía, el Consejo Andaluz de Relaciones Laborales, a través del SERCLA, ha consolidado durante casi tres décadas un modelo de referencia cuya eficacia resulta ampliamente reconocida por organizaciones sindicales, empresariales y administraciones públicas. La experiencia acumulada entre 2022 y 2026 confirma esta tendencia: un elevado número de conflictos colectivos, especialmente aquellos vinculados a bloqueos de negociación colectiva y convocatorias de huelga, finalizaron mediante acuerdos alcanzados en sede de mediación, evitando importantes costes económicos y sociales, 11,2 millones de horas de huelga evitadas en esta legislatura, equivalentes a 270 millones de euros en costes salariales. Esta es la utilidad pública del SERCLA.

Paradójicamente, el conocimiento generado por miles de expedientes de mediación continúa infrutilizado desde la perspectiva de la ciencia de datos y de la inteligencia artificial. La digitalización de esta experiencia abre una oportunidad inédita para construir sistemas inteligentes capaces de asistir a los mediadores y a las partes negociadoras mediante técnicas avanzadas de análisis documental, aprendizaje automático y procesamiento del lenguaje natural. Esta debería ser una de las prioridades del CARL para la legislatura que acaba de comenzar.

El debate jurídico sobre la inteligencia artificial suele centrarse en la automatización de decisiones administrativas o judiciales. Sin embargo, existe un ámbito menos explorado en el que su potencial puede resultar especialmente significativo: el apoyo a los procedimientos de negociación y mediación colectiva. Debe partirse de una premisa esencial: la IA no debe sustituir la función negociadora ni la actividad mediadora. La autonomía colectiva, reconocida en el artículo 37 de la Constitución Española, exige que los acuerdos sean fruto de la voluntad de las partes y no consecuencia de decisiones automatizadas. En consecuencia, el papel de la inteligencia artificial debe configurarse exclusivamente como un sistema de apoyo a la decisión ("decision support system"), nunca como un mecanismo decisorio.

Desde esta perspectiva, la IA puede desempeñar diversas funciones de extraordinario interés. En primer lugar, el análisis inteligente de antecedentes. Mediante técnicas de recuperación semántica de información, un sis-

OPINIÓN

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

tema podría localizar expedientes similares tramitados anteriormente por el SERCLA, identificando las soluciones finalmente aceptadas por las partes. En segundo término, la elaboración automática de mapas de conflicto. El procesamiento del lenguaje natural permite identificar los verdaderos puntos de desacuerdo presentes en cientos de páginas de documentación negociadora, diferenciando cuestiones nucleares de aspectos accesorios. Una tercera aplicación reside en la generación asistida de propuestas de acuerdo. Los grandes modelos de lenguaje permiten redactar borradores técnicamente coherentes, respetuosos con la legislación vigente y adaptados a las características específicas del sector afectado. Finalmente, la IA puede contribuir a la evaluación prospectiva de escenarios negociadores mediante modelos predictivos entrenados con experiencias previas, estimando la probabilidad de éxito de determinadas estrategias de negociación sin sustituir en ningún caso la valoración jurídica o política de las partes.

El verdadero valor diferencial del SERCLA no reside únicamente en su estructura institucional, sino en el extraordinario volumen de conocimiento acumulado desde su creación. Cada expediente contiene información especialmente valiosa sobre múltiples dimensiones del conflicto colectivo: materias objeto de discrepancia, posiciones iniciales de sindicatos y organizaciones empresariales, desarrollo temporal de la negociación, intervenciones de los mediadores, argumentos jurídicos utilizados, propuestas intermedias y resultados finales. Desde la perspectiva de la inteligencia artificial, este conjunto documental constituye un corpus jurídico de enorme calidad para el entrenamiento de modelos especializados. Naturalmente, dicho proceso exige una rigurosa anonimización de todos los datos personales y empresariales, garantizando el pleno cumplimiento del Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD), de la Ley Orgánica 3/2018 y del Reglamento (UE) 2024/1689 por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial (AI Act).

La calidad del modelo dependerá menos de la cantidad de información disponible que de su adecuada estructuración. Resultaría conveniente clasificar cada expediente mediante variables homogéneas: sector económico, ámbito funcional, ámbito territorial, materia objeto del conflicto, tipo de proce-



dimiento, existencia de huelga, duración del conflicto, número de trabajadores afectados, acuerdos parciales alcanzados, resultado final y grado de cumplimiento posterior. La construcción de una base de conocimiento jurídicamente estructurada permitiría desarrollar modelos específicamente adaptados al sistema andaluz de solución autónoma de conflictos, evitando la utilización de modelos generalistas entrenados con información jurídica heterogénea y frecuentemente alejada de la realidad española.

Uno de los principales riesgos asociados a la implantación de sistemas inteligentes consiste en asumir que su desarrollo constituye exclusivamente una cuestión tecnológica. Pero no tiene por qué ser así. El entrenamiento de modelos aplicados a la mediación laboral requiere una intensa colaboración interdisciplinar entre ingenieros, especialistas en ciencia de datos y expertos en relaciones laborales. Los mediadores del SERCLA poseen un conocimiento tácito extraordinariamente difícil de formalizar: conocen qué técnicas generan confianza entre las partes, qué propuestas suelen desbloquear negociaciones aparentemente inviables o qué elementos psicológicos condicionan el éxito de una mediación. Ese conocimiento debe convertirse en conocimiento explícito susceptible de alimentar los procesos de entrenamiento de los modelos. Del mismo modo, magistrados del orden social, inspectores de trabajo, profesores universitarios, abogados laboristas y graduados sociales pueden contribuir a identificar las variables jurídicamente relevantes y a supervisar la calidad de las respuestas generadas por la IA. No se trata únicamente de entrenar algoritmos, sino de trasladar décadas de experiencia profesional a sistemas capaces de aprender patrones útiles para futuras negociaciones.

La utilización de herramientas de inteligencia artificial puede fortalecer el principio de igualdad de armas negociadoras. Las organizaciones sindicales dispondrían de sistemas capaces de analizar convenios comparables, identificar precedentes negociadores exitosos, estimar el impacto económico de determinadas reivindicaciones y preparar estrategias negociadoras más sólidas. Por su parte, las organizaciones empresariales podrían anticipar escenarios de conflicto, evaluar alternativas organizativas compatibles con las pretensiones sindicales o valorar el coste comparado de diferentes propuestas antes de adoptar decisiones. Ambas partes compartirían una ventaja esencial: una reducción significativa de la incertidumbre propia de toda negociación colectiva y una mejora

sustancial en la reducción de la duración de estos procesos de negociación-mediación. Lejos de sustituir el diálogo social, la inteligencia artificial puede enriquecerlo proporcionando información objetiva, sistemática y accesible para todos los interlocutores.

Las ventajas descritas no excluyen la necesidad de establecer importantes cautelas jurídicas. El Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial clasifica determinados sistemas utilizados en el ámbito laboral como aplicaciones de alto riesgo, exigiendo obligaciones reforzadas de transparencia, supervisión humana, gobernanza de datos, trazabilidad y evaluación permanente. Aunque un sistema de apoyo a la mediación colectiva difícilmente sustituiría la decisión humana, su diseño debería inspirarse desde el inicio en los principios de "human oversight", explicabilidad algorítmica y ausencia de discriminación. Especial relevancia adquiere asimismo la protección de la confidencialidad de los procedimientos de mediación, elemento esencial para preservar la confianza de las partes en el sistema.

La incorporación de herramientas de inteligencia artificial al ámbito del CARL y del SERCLA no representa una sustitución del modelo tradicional de mediación, sino su evolución natural hacia un sistema de mayor calidad técnica y mayor capacidad preventiva. El verdadero patrimonio del SERCLA no son únicamente sus procedimientos, sino el conocimiento generado por miles de conflictos resueltos durante décadas de diálogo social. Convertir esa experiencia en una base de conocimiento capaz de alimentar sistemas inteligentes constituye una oportunidad estratégica para Andalucía y para el conjunto del sistema español de relaciones laborales.

La inteligencia artificial puede ayudar a identificar soluciones, ordenar información, recuperar precedentes, generar propuestas y anticipar escenarios, pero la decisión seguirá perteneciendo a quienes constitucionalmente ostentan la legitimación para negociar: las organizaciones sindicales y empresariales, asistidas por mediadores cuya capacidad de generar confianza continúa siendo insustituible.

En definitiva, la inteligencia artificial no debe contemplarse como un reemplazo de la negociación colectiva, sino como una herramienta destinada a reforzarla. Utilizada con las debidas garantías jurídicas, éticas y organizativas, puede contribuir decisivamente a consolidar un modelo de solución autónoma de conflictos más eficiente, transparente, previsible y adaptado a los desafíos que plantea la transformación digital de las relaciones laborales.



La sostenibilidad tiene nombre y apellidos en Andalucía



OPINIÓN

M^a JOSÉ ANDRADE
PERIODISTA Y DIRECTORA DE LA
REVISTA MUJERES VALIENTES

 Maria Jose Andrade
Alonso

 @Mjandrade_News

Pues sí, lo han leído bien en el titular: la sostenibilidad tiene nombre y apellidos en Andalucía. Esa palabra que por un momento parecía que estuviese de moda, y que no había conversación en la que no apareciera, resulta que en nuestra tierra son muchos los que llevan años trabajando, impulsando a empresas, administraciones, universidades y a una sociedad que entiende, por fin, que el futuro económico de la región depende de su capacidad para innovar sin perder la identidad que nos distingue en todo el mundo.

En ese camino, el papel de los profesionales de la responsabilidad social se ha convertido en un motor fundamental e imprescindible para ordenar, acelerar y dar coherencia a esta transformación.

Son muchos, pero a mí me gustaría mencionar especialmente a Francisca Molina, CEO de Seleziona Consultores y delegada

de DIRSE Andalucía, y a Aecio Dantas, director de Sostenibilidad de SILBON. Ellos son los encargados de aglutinar a una comunidad de profesionales que no sólo dan el valor que se merece a su trabajo, sino que además llevan a cabo una labor casi didáctica en DIRSE Andalucía (Asociación Española de Directivos de Sostenibilidad).

Una organización que se ha marcado un camino que ya no tiene vuelta: demostrar que la sostenibilidad no significa renunciar al crecimiento de las empresas y, por consiguiente, de las personas, sino redefinirlo.

Y es que Andalucía ha pasado de ser una mera observadora a ser protagonista y líder en sectores como las energías renovables, la economía circular, la gestión del agua o la innovación social. Y lo ha hecho desde un convencimiento compartido: que el desarrollo solo es legítimo si es capaz de generar prosperidad económica, cohesión social y protección ambiental al mismo tiempo y desde la responsabilidad de las propias empresas y las personas.

Andalucía parte de una realidad compleja: un territorio extenso, diverso, con zonas rurales en riesgo de despoblación, un clima “muy particular” y una estructura productiva que durante décadas dependió de sectores vulnerables. Sin embargo, esa misma complejidad ha sido el punto de partida para convertirla en soluciones innovadoras.

Una “circunstancia” que tiene y debe convertirse en ventaja porque, tal y como dijo Manuel Ángel Martín, vicepresidente del Consejo Económico y Social de Andalucía, en el foro CEA “La Andalucía que queremos”, y que publiqué en el artículo de Tribuna de Andalucía de mayo dedicado al campo andaluz: “Andalucía puede liderar una nueva etapa basada en el territorio como motor económico. Y, en un país donde muchas regiones ya han agotado su margen de expansión, ese es un valor que no se puede desaprovechar”.

Porque aquí lo tenemos todo. Sol y viento que durante años no fueron utilizados porque no existía ni la especialización ni la innovación para llevarlo a cabo, y que ahora sitúan a Andalucía entre las regiones europeas con mayor capacidad instalada de renovables.

Una innovación que también se está utilizando en el campo, liderando procesos de digitalización, eficiencia hídrica y regeneración del suelo.

Enfocándonos en el turismo, este pilar económico avanza hacia modelos más responsables, con certificaciones, mediciones de impacto y estrategias para ajustarse a las nuevas demandas, que ya quisieran para sí más de un hotel en cualquiera de los países de la Unión Europea (que no hace falta irse a otro sitio para constatar que aquí, en Andalucía, estamos a años luz).

Este cambio no ocurre por inercia o porque sí. Ocurre porque hay profesionales que han decidido que la sostenibilidad no sea un discurso, sino una práctica diaria. Y ahí es donde DIRSE Andalucía ha marcado la diferencia por conectar, comunicar y transformar.

La delegación andaluza de DIRSE ha logrado algo que no es sencillo: crear un equipo profesional sólido, riguroso y con capacidad de influencia real. Su labor ha permitido que empresas grandes, medianas y pequeñas compartan metodologías, aprendan juntas y suban el nivel de exigencia en materia de sostenibilidad corporativa. Algo que sin Francisca Molina y Aecio Dantas hubiera sido imposible, porque han sido clave para que esta red sea ya un equipo de trabajo consolidado.



Ambos son unos pioneros porque han aportado una visión única, capacidad de diálogo y una sensibilidad especial para entender que la sostenibilidad es pura colaboración. Una colaboración en la que el enfoque integrador y la mirada técnica y rigurosa han permitido conectar la sostenibilidad con la gestión.

Su trabajo conjunto ha permitido que Andalucía tenga hoy una voz propia gracias a la fuerza y el entusiasmo que ponen en todo lo que hacen. Porque si ambos tienen claro algo es que es “justo y necesario” vertebrar Andalucía en clave sostenible. Hacer un mapa que sea reconocible y poner en el mapa a los hombres y mujeres que lo llevan a cabo.

Porque esto va más allá de cómo se define el avance sostenible en Andalucía en temas de energía, transición ecológica o buen gobierno. Esto va de hacerla comprensible y de hacerlo desde la propia identidad. Esa que nos distingue y nos hace diferentes, excelentes no sólo por la capacidad que tenemos de reinventarnos, sino por la forma en la que lo hacemos. Porque, al igual que nosotros, también la sostenibilidad tiene identidad propia porque nace del territorio y de los andaluces. Se construye desde retos reales. Es colaborativa y conecta con nuestra manera de vivir, relacionarnos, ser y sentir.

Pero esto no lo podemos realizar solos. Necesitamos eso que muchos dicen ahora: “brújula”, y que es, nada más y nada menos, que profesionales de la sostenibilidad. Figuras estratégicas dentro de las organizaciones, instituciones y empresas. Ellos son quienes traducen los grandes marcos globales (ODS, taxonomía europea, CSRD y un sinfín de términos a aplicar). Y los que actúan como puente entre los distintos actores porque son los que conocen la realidad, las necesidades de cada sector y las oportunidades que ofrece Andalucía... y todo esto manteniendo, además, una visión global que resulta más que necesaria para anticiparse a lo que está por venir y, sobre todo, a los riesgos y lo que pueda pasar.

Así que sí, el trabajo de ambos, de Francisca Molina y Aecio Dantas, ha contribuido a consolidar esta figura, dotándola de prestigio, rigor y capacidad de influencia, y a posicionar a Andalucía como ejemplo y referencia no sólo en Andalucía sino a nivel nacional e internacional.

Andalucía tiene por delante retos decisivos y debemos tener claro que tenemos muchos desafíos porque nos tenemos que seguir adaptando a nuevos escenarios, atraer y retener talento especializado en sostenibilidad, acompañar a las pymes en esta transición regulatoria que se vuelve compleja por momentos, impulsar la innovación social y, finalmente, medir el impacto de todo lo que hacemos de manera más precisa, exacta y comparable.

Debemos estar preparados, aunque ya podemos estar tranquilos porque en Andalucía contamos con una gran ventaja competitiva: un gran grupo profesional comprometido, formado y con una visión clara del camino a seguir, fruto de los años de trabajo, experiencia, formación continua y especialización.

NOTA: Quédense con estos dos nombres, Francisca Molina y Aecio Dantas porque ellos sí que son unos “influencers” de la sostenibilidad.

OPINIÓN

CURRO RODRÍGUEZ

GLOBAL CEO DE LY
COMPANY GROUP Y AUTOR
DE *EL APRENDEDOR*

► 1,6 Millones de trabajadores no van cada día a trabajar; el robot y la IA no piden la baja el lunes. El paro que el mismo trabajador se está construyendo

Hay palabras que se inventan solas cuando la realidad las pide a gritos. "Las Bajaciones" es una de ellas. No está en el diccionario, pero está en cada WhatsApp de recursos humanos, en cada turno que no se cubre y en cada jefe de equipo que ya no pregunta "¿qué tal el fin de semana?" sino "¿quién falta hoy?". Porque hoy, en España, faltan muchos. Y cada vez faltan más.

Vamos a los números, que para eso están. Según Randstad Research, el absentismo en España cerró 2025 en el 7,1% de las horas pactadas, máximo histórico, y de media diaria dejaron de ir a trabajar 1.595.211 personas, de las cuales 1.239.732 estaban de baja médica. El primer trimestre de 2026 lo empeoró: 7,2%, 1,6 millones de personas al día. The Adecco Group Institute, con su propia metodología, lo eleva hasta el 7,68% y habla directamente de entre 1,6 y 1,7 millones de ausentes diarios. Da igual qué informe prefieras: la foto es la misma, y es fea.

¿Y el precio? La CEOE, por boca de Antonio Garamendi, lo tasa en 33.000 millones de euros en 2025, "la segunda partida de gasto, solo superada por las pensiones". El Estado, solo en prestaciones directas, ya se gasta 18.413 millones. Y si sumamos lo que de verdad se pierde —producción, competitividad, un compañero currando el doble para tapar el hueco del otro—, se dispara la cifra hasta el 8,1% del PIB. España, además, no es que vaya mal: es que va peor que nadie. Según el Ivie, el absentismo por incapacidad temporal ha crecido aquí 4,6 veces más rápido que la media de la Unión Europea desde 2018. Somos, con diferencia, los reyes de la baja.

Y aquí, amigos, toca hablar de Andalucía, que últimamente parece que solo aparece en las estadísticas cuando toca salir mal. Pues no, esta vez no: cerramos 2025 con un 6,6%, de las tasas más bajas del país. Pero —y este, pero es el que me preocupa— en el primer trimestre de 2026 hemos dado el segundo mayor salto de toda España, hasta el 7,0%. Vamos, que empezamos la clase apro-



Las Bajaciones

bados y estamos estudiando para el suspenso. Y el farolillo rojo se llama construcción: 7,3%, subiendo un punto y algo en un año.

¿Hay patrón, o es puro cuento? Los datos dicen que hay patrón. Asepeyo, con más de un millón de procesos analizados en 2025, confirma que el 26,4% de las bajas empiezan en lunes, casi el doble que un viernes. Y aunque los sindicatos tienen su explicación —el médico no pasa consulta el domingo, así que lo del fin de semana se apunta el lunes—, la lectura de la calle es más sencilla: el cuerpo aguanta hasta el viernes y el ánimo

se rompe el domingo por la noche. En Navidad y en verano las bajas se triplican. Llámennlo casualidad estacional si quieren. Yo lo llamo calendario laboral con memoria.

Y aquí viene la parte que a nadie le gusta pero que hay que decir: no es solo un problema de dinero. Es un problema de sostenibilidad de todo el sistema. Hoy hay 2,46 cotizantes por cada pensionista, el mejor dato desde 2011, ojo, porque hace no tanto la tasa de dependencia —las personas en edad de trabajar por cada mayor— venía de un 5,3 en 1980 y hoy ronda el 3,4. La AIREF

ya avisa de que esa ratio de cotizantes puede caer por debajo de 2 hacia 2040 si no cambia nada. Y aquí no hace falta ser economista: si cada vez menos gente sostiene con su nómina a cada vez más gente, lo último que nos podemos permitir es que la gente que sí cotiza, además, no vaya a trabajar.

Pero vamos al titular de verdad, al que casi nadie quiere poner encima de la mesa: el que más va a pagar todo esto no es el empresario. Es el trabajador. Concretamente, el trabajador que sí cumple. Porque cada vez que una empresa no puede contar con su plantilla, aprende una lección, y la aprende rápido: la máquina no pide baja el lunes. El algoritmo no se pone malo en Navidad. El robot de almacén no tiene ansiedad ni lumbago ni "asuntos propios". Cada dato de absentismo que sale es, sin que nadie lo diga en voz alta, un argumento más a favor de automatizar, de sustituir, de invertir en inteligencia artificial antes que en personas. Y cuando llegue esa sustitución —que ya está llegando— no pagará la factura el que se cogía la baja el lunes. La pagará el compañero de mesa que aguantó, que curró de más, que cubrió el turno, y al que un día le dirán que su puesto ya no hace falta porque hay un sistema que hace lo mismo y nunca falla un lunes.

Así que sí, "las Bajaciones" son un cáncer empresarial. Pero como todos los cánceres, hay que operar con bisturí,

no con hacha. Habría que empezar por diferenciar el fraude —que existe y hay que perseguirlo— de los problemas de salud mental real, que se han disparado y que en los mayores de 35 años está detrás de casi un tercio de las bajas largas. Habría que generalizar las altas progresivas, que permiten volver poco a poco sin perder el contacto con el puesto. Y habría que dejar de mirar solo el número y empezar a mirar la causa: si la gente no quiere ir a trabajar, el problema casi nunca es la pereza. Suele ser el trabajo. Pero si los sindicatos, los convenios y el sector sanitario (bajas médicas) no ponen coto a esta salvajada un trabajador, que anteriormente era el activo más importante de una empresa, se está convirtiendo en su mayor problema, y los empresarios y autónomos intentan evitar los problemas. Saquen sus propias conclusiones.

El valor de una red: el impacto real de la joven empresa andaluza

OPINIÓN
ALEJANDRO AGUADO
PRESIDENTE DE
AJE GRANADA

La reciente celebración de la 26.^a edición de los Premios AJE Andalucía en Córdoba ha vuelto a poner de manifiesto el extraordinario motor económico y social que representa nuestra federación. Como presidente de AJE Granada, es inevitable sentir orgullo al comprobar que los dos galardones regionales de este año -My Top Tour, en la categoría de Trayectoria Empresarial, e Hidroinfiltrador, en la categoría de Iniciativa Emprendedora- han recaído en empresas de nuestra provincia.

Sin embargo, interpretar este resultado únicamente en clave interna o territorial sería un profundo error de perspectiva. Este hito no es un éxito aislado de una provincia. Es, ante todo, una victoria del modelo asociativo de AJE y la constatación del extraordinario nivel que define a la joven empresa en toda Andalucía.

Cuando los miembros del jurado independiente, integrado por figuras del ámbito académico, institucional y corporativo, analizan las candidaturas, suelen trasladarnos una pregunta que se ha convertido en uno de los mejores elogios para nuestra organización: «¿De dónde sacáis a estos emprendedores?». La respuesta no entiende de fronteras provinciales, sino de una estructura de apoyo compartida. Los 16 proyectos finalistas que llegaron a la gala, seleccionados entre más de 120 candidaturas de toda la comunidad autónoma, demostraron una solidez, una capacidad y una madurez empresarial que reafirman la razón de ser de las ocho asociaciones provinciales y de la propia AJE Andalucía.

Casos como el de My Top Tour, una agencia de viajes que supera los 14 millones de euros de facturación y sostiene un equipo de más de 100 profesionales, o Hidroinfiltrador, una iniciativa emergente cuya patente tecnológica para la optimización hídrica ya compite en mercados como Estados Unidos, China o Australia, no son excepciones casuales. Son el reflejo del tipo de empresa que compone y enriquece nuestra red: empresas tractoras, globales, innovadoras y con un alto valor añadido.

Aquí es donde cobra verdadero sentido el fin social de AJE: favorecer la consolidación de los proyectos empresariales y, con ello, la generación de riqueza, empleo y oportunidades en nuestro entorno.

Nuestra labor colectiva no consiste únicamente en aplaudir el nacimiento de nuevas ideas. Consiste en aportar el ecosistema necesario para que esas ideas se transformen en realidades empresariales viables, estables y capaces de generar puestos de trabajo de calidad.

Por eso, asociarse importa.

Formar parte de una organización como AJE no significa únicamente asistir a eventos o ampliar una red de contactos. Significa pertenecer a una comunidad de empresarios y emprendedores que comparten inquietudes, experiencias, dificultades y aspiraciones.



Significa encontrar apoyo en momentos de incertidumbre, acceder a conocimiento, identificar oportunidades de colaboración y sentirse acompañado en un camino que, en demasiadas ocasiones, puede resultar solitario.

Emprender suele presentarse como una aventura individual, ligada al talento, la valentía o la capacidad de asumir riesgos de una persona y, es ahí, donde precisamente “tender la mano” se convierte en necesario.

Ese acompañamiento es especialmente relevante durante los primeros años de vida de una empresa, cuando las dificultades financieras, administrativas, comerciales y personales pueden comprometer incluso los proyectos con mayor potencial.

En ese contexto, la colaboración público-privada no es una opción, sino una necesidad.

Administraciones públicas, universidades, cámaras de comercio, organizaciones empresariales, entidades financieras y empresas consolidadas debemos trabajar de forma coordinada para crear un entorno favorable al emprendimiento.

No se trata únicamente de conceder ayudas económicas. Es necesario reducir barreras, simplificar procedimientos, fa-

cilitar el acceso a financiación, impulsar la formación, acompañar los procesos de crecimiento y favorecer la internacionalización y el acceso a nuevos mercados.

Cuando las instituciones y el tejido empresarial colaboran con objetivos compartidos, los resultados se multiplican. Se genera empleo, se retiene talento, se fomenta la innovación y se fortalece la economía de nuestras ciudades y provincias.

El impacto de este esfuerzo conjunto no es una estimación intangible. Si atendemos al estudio de impacto socioeconómico desarrollado por la Universidad Loyola -cuyas métricas evidencian la aportación real de la joven empresa al producto interior bruto- y extrapolamos su metodología a la realidad de nuestra federación, los datos son contundentes: las empresas socias de AJE en Andalucía generan más de 34.000 empleos y alcanzan una cifra de negocio conjunta superior a los 3.000 millones de euros.

No somos un actor secundario, sino un pilar estructural e imprescindible para la economía del sur de España.

Cada vez que una empresa joven se consolida y supera las barreras de sus primeros años de vida, se activa un multiplicador de

riqueza, empleo y bienestar social que beneficia al conjunto de la comunidad autónoma.

Por ello, los Premios AJE Andalucía no consisten en establecer rankings. Su finalidad es visibilizar que la marca AJE representa un sello de garantía, resiliencia y excelencia empresarial.

Como recordó nuestro presidente regional, Félix Almagro, durante la gala, detrás de cada candidatura hay riesgo, “horas sin reloj” y un compromiso inquebrantable con nuestra tierra.

Pero detrás de cada candidatura hay también una historia personal.

Hay alguien que decidió transformar una idea en un proyecto, que asumió riesgos y que probablemente escuchó en más de una ocasión que su propuesta era demasiado difícil o que no era el momento adecuado.

Hay decisiones complejas, financiación comprometida, errores, oportunidades que no llegaron y momentos en los que continuar exigió una enorme determinación.

También hay familias que apoyan, equipos que creen en el proyecto, clientes que confían y colaboradores que ayudan a avanzar.

Por eso, reconocer a una empresa no significa únicamente premiar sus resultados económicos. Significa poner en valor el esfuerzo, la perseverancia, la capacidad de innovación y la contribución social que existe detrás de cada proyecto empresarial.

Los premios tienen, además, un importante efecto inspirador. Permiten que otros jóvenes conozcan referentes cercanos y comprueben que desde Andalucía es posible desarrollar proyectos innovadores, competitivos y con vocación global.

Necesitamos visibilizar estas historias. Necesitamos hablar más de quienes emprenden, crean empleo y generan oportunidades. Y necesitamos animar a nuestros empresarios y emprendedores a compartir sus proyectos y presentar sus candidaturas.

Presentarse a unos premios no es únicamente aspirar a recibir un reconocimiento. Es una oportunidad para analizar el camino recorrido, dar visibilidad a una empresa, conocer otros proyectos y formar parte de una comunidad que comparte el mismo impulso por construir.

Granada brilló el pasado 2 de julio en Córdoba. Pero lo verdaderamente importante es que ese brillo refleja el altísimo nivel de toda la red de AJE Andalucía.

Es la prueba de que cuando se confía en el talento joven, se fomenta el asociacionismo y se ponen a su disposición las herramientas y los apoyos adecuados, la respuesta del empresariado no es otra que crear empleo, generar riqueza y construir futuro.

Emprender requiere valentía. Emprender acompañado permite llegar mucho más lejos.

Cuando la sostenibilidad deja de ser un requisito normativo e impulsa la reputación corporativa



OPINIÓN
ESTHER
PAREJO AMAT
MENTORA DE COMUNICACIÓN,
VISIBILIDAD Y AUTORIDAD DE
MARCA PERSONAL

Durante años, las empresas se preocuparon por comunicar lo que hacían. Hoy se les exige algo más complejo: demostrar quiénes son. En ese nuevo escenario, la sostenibilidad se ha convertido en una poderosa herramienta de construcción reputacional. Pero su verdadero valor no reside en los informes, los indicadores o las certificaciones, sino en su capacidad para transformar la cultura de una organización y generar confianza cuando existe coherencia entre lo que se hace y lo que se comunica.

La creciente sensibilidad social hacia el impacto ambiental, económico y humano de las organizaciones ha cambiado las reglas del juego. Consumidores, inversores, empleados e instituciones observan hoy a las empresas desde una perspectiva mucho más amplia que la puramente financiera. Ya no basta con ofrecer buenos productos o servicios; también se espera que las organizaciones asuman un papel activo en

la construcción de una sociedad más responsable, inclusiva y sostenible. En este nuevo escenario, la reputación corporativa se construye tanto desde los resultados como desde el propósito.

Las empresas ya no son evaluadas exclusivamente por la calidad de sus productos o servicios, ni siquiera por sus resultados económicos. Cada vez más, la sociedad observa cómo se comportan, qué impacto generan en su entorno, cómo gestionan sus recursos y qué papel desempeñan en los desafíos sociales y medioambientales de nuestro tiempo. En este nuevo contexto, la sostenibilidad ha dejado de ser un elemento accesorio para convertirse en uno de

los principales indicadores de credibilidad empresarial.

Pero existe una diferencia sustancial entre aquellas organizaciones que incorporan la sostenibilidad como una obligación y aquellas que la integran como parte de su identidad. Las primeras suelen limitarse a cumplir con los requisitos exigidos por la normativa o a desarrollar acciones aisladas que permitan mejorar determinados indicadores. Las segundas entienden que la sostenibilidad es una manera de gestionar, de tomar decisiones y de relacionarse con las personas.

Cuando una empresa adopta este enfoque, la transformación va mucho más allá de la reducción de emisiones, la eficiencia energética o la elaboración de informes ESG. Se produce un cambio profundo en la cultura organizativa. La sostenibilidad comienza a influir en la forma de liderar, de atraer talento, de relacionarse con proveedores, de innovar y de generar valor para la sociedad.

Las organizaciones que logran incorporar esta visión suelen descubrir un beneficio adicional que, en ocasiones, resulta incluso más valioso que los propios resultados operativos: la confianza. Y en un momento histórico marcado por la desinformación, el escepticismo y la sobreexposición a mensajes comerciales, la confianza se ha convertido en uno de los activos más escasos y más valiosos para cualquier marca.

Sin embargo, la confianza no surge de manera automática. Tampoco se compra ni se improvisa. Se construye a través de la coherencia. Y es precisamente aquí donde la comunicación desempeña un papel determinante.

Con frecuencia encontramos organizaciones que realizan importantes esfuerzos en materia de sostenibilidad, pero que no

consiguen trasladar adecuadamente ese compromiso a sus públicos. También observamos el fenómeno contrario: empresas que comunican de forma intensa iniciativas sostenibles que apenas tienen reflejo en su actividad real. En ambos casos se produce una desconexión que termina debilitando la credibilidad de la marca.

La comunicación de la sostenibilidad exige algo más que campañas publicitarias o memorias corporativas. Requiere transparencia, consistencia y una narrativa capaz de conectar las acciones con el propósito de la organización. No se trata de contar más, sino de contar mejor. De explicar por qué se toman determinadas decisiones, qué impacto generan y cómo contribuyen a construir una empresa más responsable y preparada para el futuro.

Las nuevas generaciones de consumidores y profesionales demandan precisamente eso. Buscan organizaciones que actúen con responsabilidad, pero también que sean capaces de demostrarlo. Quieren conocer las historias que hay detrás de los compromisos corporativos y comprender cómo esos compromisos se traducen en acciones concretas. La sostenibilidad ya no se mide únicamente por indicadores técnicos; también se evalúa a través de la percepción que generan las organizaciones y de la confianza que inspiran.

Por esta razón, las políticas de sostenibilidad se han convertido en una poderosa herramienta de construcción reputacional. No porque mejoren automáticamente la imagen de una empresa, sino porque ofrecen una oportunidad única para demostrar coherencia entre lo que se dice y lo que se hace. Y la reputación, al fin y al cabo, no es otra cosa que la suma de percepciones construidas a partir de experiencias, comportamientos y mensajes.

En Andalucía encontramos cada vez más ejemplos de organizaciones que están entendiendo esta realidad. Empresas que han incorporado la sostenibilidad a su estrategia de crecimiento, que promueven modelos de economía circular, que apuestan por la innovación responsable o que desarrollan políticas avanzadas de bienestar y conciliación para sus equipos. Todas ellas comparten un elemento común: han comprendido que la sostenibilidad no es una tendencia pasajera, sino una inversión a largo plazo en confianza y legitimidad social.

Durante décadas las empresas compitieron principalmente por cuota de mercado. Hoy también compiten por legitimidad. Necesitan demostrar que son capaces de generar valor económico sin renunciar al impacto positivo en su entorno. Y esa legitimidad depende tanto de lo que hacen como de la forma en que son percibidas.

Por eso, la sostenibilidad no mejora la reputación por sí sola. Lo hace cuando existe una alineación real entre lo que la organización cree, lo que hace y lo que comunica. Cuando deja de ser una exigencia normativa para convertirse en una convicción compartida. Cuando forma parte de la cultura y no solo de los informes anuales.

La reputación del futuro se construye desde esa coherencia. Y en un mundo cada vez más exigente, las organizaciones que sepan integrar sostenibilidad, cultura y comunicación estarán mejor preparadas para generar algo que ningún indicador financiero puede garantizar por sí solo: la confianza de las personas.



TECHPARK: la gran oportunidad de Andalucía para liderar la economía del conocimiento

La apuesta de Andalucía por sus parques científicos y tecnológicos puede marcar el mayor cambio de modelo productivo de las últimas décadas. Los datos avalan el retorno económico de la innovación, pero el verdadero examen llegará con proyectos como eCitySevilla, llamados a demostrar que la transformación digital y energética puede convertirse en una ventaja competitiva real.

Durante décadas, Andalucía ha sido identificada por la fortaleza de sectores como el turismo, la agricultura o la construcción. Sin embargo, la economía del siglo XXI exige nuevos motores de crecimiento. La innovación, la transferencia de conocimiento y la tecnología ya no son políticas complementarias, sino elementos esenciales para atraer inversión, generar empleo de calidad y aumentar la productividad. En ese escenario, la red de parques científicos y tecnológicos andaluces, agrupados bajo la marca TECHPARK, representa una de las mayores oportunidades estratégicas de la comunidad.

La reciente publicación del estudio del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) sobre los centros tecnológicos de Fedit aporta un argumento difícil de rebatir. El informe concluye que por cada euro invertido en centros tecnológicos se generan once euros de PIB y que cada millón de euros invertido crea 181 empleos. Además, el conjunto de estos centros aporta más de 7.700 millones de euros al PIB español y sostiene alrededor de 127.000 puestos de trabajo. Son cifras que cambian la forma de entender la

OPINIÓN

ANTONIO RIVERO ONORATO

PERIODISTA. DIRECTOR DE GRAYLING ANDALUCÍA

 Antonio Rivero Onorato

inversión pública en innovación: más que un gasto, constituye una palanca de desarrollo económico.

Andalucía decidió con acierto situarse en esa carrera. Sus parques tecnológicos concentran cerca de 1.800 empresas y unos 79.000 trabajadores especializados, creando un ecosistema donde conviven universidades, centros de investigación, startups, multinacionales y administraciones. Esa proximidad favorece la transferencia de conocimiento y acelera la llegada de nuevas tecnologías al mercado.

La comunidad dispone, además, de ventajas competitivas difíciles de replicar: universidades con capacidad investigadora, calidad de vida para atraer talento internacional, una posición geográfica privilegiada y una creciente especialización en sectores como la aeronáutica, la biotecnología, la agroindustria, las energías renovables y la inteligencia artificial.



No es casual que numerosas administraciones, empresas energéticas y expertos europeos sigan de cerca su evolución. Si eCity demuestra resultados reales, podrá servir de modelo para otras ciudades y parques tecnológicos. El verdadero éxito no se medirá por los convenios firmados ni por las inversiones anunciadas, sino por indicadores verificables: ahorro energético, reducción de emisiones, movilidad sostenible, eficiencia operativa y mayor competitividad empresarial.

Ese es probablemente el mayor desafío de Andalucía. La comunidad ya ha demostrado capacidad para atraer empresas tecnológicas e inversión. Ahora debe demostrar que puede liderar la innovación aplicada. La experiencia de Málaga TechPark evidencia el enorme efecto multiplicador de estos ecosistemas sobre el empleo, la

inversión y el tejido empresarial. Sevilla tiene ahora la oportunidad de añadir un nuevo liderazgo: demostrar que la transición ecológica y digital puede hacerse a escala real.

Dentro de ese ecosistema sobresale Sevilla TechPark. Heredero del impulso transformador de la Expo'92, se ha consolidado como el mayor parque científico y tecnológico de España por actividad económica. Sus 575 empresas, más de 31.600 profesionales y una facturación superior a los 5.500 millones de euros lo convierten en uno de los principales motores de innovación del país. Ese liderazgo no solo es una cuestión de tamaño; implica también una responsabilidad: demostrar que los parques tecnológicos pueden convertirse en laboratorios de la nueva economía.

Precisamente ahí adquiere protagonismo eCitySevilla. Liderado por Endesa junto con la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Sevilla y Sevilla TechPark, el proyecto pretende transformar la Isla de la Cartuja en un distrito descarbonizado, digitalizado y energéticamente inteligente. Energías renovables, movilidad eléctrica, edificios eficientes, redes inteligentes y gestión digital de infraestructuras forman parte de una iniciativa que aspira a convertirse en referencia internacional.

Los datos del Ivie ofrecen una base sólida para mantener esa apuesta. Si cada euro invertido retorna once euros a la economía y genera empleo altamente cualificado, la inversión en innovación deja de ser una cuestión ideológica para convertirse en una decisión de competitividad.

Andalucía dispone de los activos necesarios para situarse entre los grandes polos tecnológicos del sur de Europa. Pero el futuro no dependerá únicamente de construir nuevos edificios o atraer empresas. Dependerá de convertir proyectos como eCitySevilla en casos de éxito medibles, capaces de atraer nuevas inversiones y consolidar un modelo productivo basado en el conocimiento. Los TECHPARK representan una oportunidad histórica. Ahora corresponde demostrar que esa apuesta puede transformar de manera duradera la economía andaluza.

Saca a tu equipo de la oficina
Entra en las ideas que importan

Convierte una reunión en una experiencia que transforme a tu equipo

Reactivando lo Rural  

almanatura Desde 1997

almanatura.com/espacios



Donde la excelencia vuelve a tener sentido

Hay momentos en la vida profesional en los que uno siente que ha llegado lejos. Ha liderado equipos, tomado decisiones importantes, construido una carrera sólida y acumulado cargos que durante años parecían representar el éxito, incluso gestionando cifras de nueve dígitos.

Y, sin embargo, aparece una pregunta inesperada: ¿y ahora qué? ¿Esto era todo?

No es una pregunta negativa. Puede ser una de las preguntas más poderosas que una persona puede hacerse. Porque cuando llega, no siempre anuncia una crisis; a veces anuncia una oportunidad: una nueva etapa para decidir qué queremos hacer con el tiempo, el talento y la energía

que todavía tenemos por delante.

Este artículo va dirigido a quienes, alrededor de la mitad de los 50 años, después de alcanzar posiciones directivas de máximo nivel, sienten que necesitan algo más que una buena tarjeta de visita. Y también a quienes descubren antes esa pantalla, con margen para actuar, rectificar, construir y emprender un camino propio.

No se trata de abandonar la vida corporativa ni de minusvalorarla. La empresa, la dirección, los consejos, los comités y las grandes organizaciones pueden ser espacios extraordinarios para generar impacto. Hay personas cuyo sentido vital está ahí: liderando, transformando compañías, acompañando equipos y dejando organizaciones mejores que las que encontraron.

El reto no está en huir, ni en elegir entre empresa o emprendimiento, cargo o libertad, seguridad o aventura. El verdadero reto está en no vivir por inercia, en no avanzar por un camino que ya no sentimos propio.

Buscartucamino no significa bajarte de la excelencia. No. Al contrario. Es precisamente ahí donde tu excelencia se magnifica.

Cuando uno se mueve hacia aquello que tiene sentido, no

se vuelve menos exigente. Se vuelve más preciso. No baja el ritmo: lo focaliza. No se conforma con menos: empieza a darlo todo en aquello que de verdad merece su energía.

Hay una diferencia enorme entre estar ocupado y estar enfocado; entre correr por obligación y avanzar por convicción; entre sostener una agenda llena y construir una vida llena; entre acumular responsabilidades y poner todo tu talento al servicio de un propósito.

Uno puede presentarse contando su gran responsabilidad, su cargo internacional o su último hito corporativo, y comprobar que la vida real no siempre se inmuta ante los títulos. No por falta de respeto, sino porque lo humano conecta por otro

OPINIÓN

ALBERTO FUENTES
ECONOMISTA Y FINANCIERO

lado: con lo que construimos, con lo que nos ilusiona, con lo que nos mueve.

Y ahí ocurre algo maravilloso: cuando uno se mueve hacia su camino, todo empieza a moverse.

No hace falta tener todas las respuestas ni saber exactamente qué hay detrás del bosque, y no, no es fácil. Basta con dar un primer paso: una conversación, una idea, un proyecto, una colaboración, una causa, un cambio en la forma de liderar. Una decisión pequeña, pero auténtica. Una tras otra. Y el camino siempre encuentra al caminante.

Emprender no es solo constituir una sociedad o lanzar un producto. Emprender es activar la vida. Es dejar de esperar a que llegue el momento perfecto. Es comprender que el sentido aparece caminando. Y cada persona debe descubrir el suyo, sin recetas universales y sin copiar el camino de nadie.

Quizá para algunos el sentido esté en seguir en la vida corporativa, pero liderando con más humanidad, legado, escucha y propósito. Quizá para otros esté en crear una empresa, acompañar a emprendedores, invertir en proyectos con alma, enseñar, escribir, volver al origen o empezar algo distinto.

Todas esas opciones son válidas si nacen de una pregunta honesta: ¿estoy viviendo de acuerdo con lo que de verdad quiero construir? ¿Con aquello que no me hará arrepentirme por el tiempo dedicado?

Y entonces aparecen otros cargos. No los que pesan, sino los que emocionan: volver a ser protagonista de tu propia vida, ilusionarte de nuevo, crear algo que merezca la pena y mirar hacia delante con ganas.

Puede que incluso alguien cercano, al verte más presente, más vivo, más tú, te diga una frase que vale más que cualquier nombramiento: “Bienvenido de vuelta”. Yo la recibí.

No porque te hubieras ido, sino porque has vuelto a ti.

Por eso, si estás en ese momento de duda, vívelo como una señal. Como el inicio de una etapa en la que tu experiencia, contactos, criterio y aprendizaje pueden ponerse al servicio de algo más verdadero.

La vida profesional no termina cuando uno deja de acumular cargos. A veces empieza justo ahí: cuando la excelencia deja de dispersarse y se concentra, con toda su fuerza, en aquello que de verdad tiene sentido.

Todavía queda mucho camino. Y quizá el mejor tramo sea el que empieza cuando dejamos de demostrar quiénes somos y empezamos, por fin, a construir desde lo que somos.



Francisca Molina: “El principal reto es transformar la sostenibilidad en gestión”

ENTREVISTA

FRANCISCA MOLINA

DELEGADA EN
ANDALUCÍA DE DIRSE
(ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE DIRECTIVOS DE
SOSTENIBILIDAD)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

¿Cómo valora el estado actual de la sostenibilidad empresarial en Andalucía?

Creo que Andalucía está viviendo un momento muy interesante. En los últimos años hemos pasado de entender la sostenibilidad como un elemento principalmente reputacional a incorporarla progresivamente en la estrategia empresarial.

Todavía existe un recorrido importante, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas, pero cada vez son más las organizaciones que comprenden que la sostenibilidad no consiste únicamente en elaborar un informe o cumplir una normativa, sino en gestionar mejor los riesgos, identificar oportunidades y generar valor a largo plazo.

Además, Andalucía cuenta con sectores muy vinculados al territorio —como el agroalimentario, el turismo, la industria o la economía social— donde la sostenibilidad representa una auténtica ventaja competitiva.

¿Qué sectores están liderando la transformación sostenible en la comunidad?

Destacaría varios. El sector agroalimentario está realizando un esfuerzo muy importante en cuestiones como la trazabilidad, la eficiencia hídrica, la economía circular o la reducción de emisiones.

También observamos un avance significativo en sectores industriales que están integrando criterios ESG en su gestión y en empresas del ámbito sociosanitario, donde aspectos como el impacto social, el talento o el buen gobierno adquieren un protagonismo creciente.

Pero más que hablar de sectores

concretos, creo que debemos hablar de organizaciones que entienden que la sostenibilidad forma parte del modelo de negocio, independientemente de su tamaño o sector.

¿Qué retos específicos afrontan las empresas andaluzas en materia de sostenibilidad?

El principal reto es transformar la sostenibilidad en gestión.

Muchas empresas realizan acciones muy positivas, pero todavía no las miden, no las ordenan y no las convierten en indicadores que les permitan tomar mejores decisiones.

Otro desafío importante es la disponibilidad de recursos. La mayoría del tejido empresarial andaluz está formado por pymes, que necesitan metodologías sencillas, herramientas adaptadas y acompañamiento especializado.

Y, por supuesto, también debemos seguir trabajando en cultura empresarial, porque la sostenibilidad no pertenece a un departamento; debe formar parte de la dirección y de toda la organización.

¿Cómo ha evolucionado el perfil del director o responsable de sostenibilidad en los últimos años? ¿Qué competencias considera imprescindibles para ejercer esta profesión hoy?

Ha evolucionado enormemente. Hace unos años el responsable de sostenibilidad estaba muy vinculado a la comunicación o la responsabilidad social corporativa.

Hoy hablamos de un perfil estratégico, transversal y con capacidad para dialogar con todas las áreas de la empresa: dirección, finanzas, recursos humanos, ope-



raciones, compras, innovación o cumplimiento normativo.

Las competencias más importantes son la visión estratégica, el liderazgo del cambio, la capacidad de análisis, el conocimiento regulatorio, la gestión de grupos de interés y, sobre todo, la habilidad para convertir la sostenibilidad en decisiones empresariales. Porque nuestro trabajo no consiste únicamente en informar, sino en ayudar a transformar las organizaciones.

¿Qué aporta DIRSE a los profesionales de la sostenibilidad? ¿Cuáles son las principales líneas de trabajo de la delegación andaluza?

DIRSE es hoy la asociación de referencia para los profesionales de la sostenibilidad en España. Su principal valor reside en crear una comunidad de conocimiento donde compartir experiencias, generar debate y contribuir a la profesionalización de una función que cada día tiene un mayor peso estratégico en las organizaciones.

Desde DIRSE impulsamos la formación continua, la investigación, el intercambio de buenas

prácticas y el desarrollo profesional de quienes lideran la sostenibilidad desde empresas, administraciones y otras organizaciones. Además, actuamos como un espacio de encuentro que facilita la colaboración entre profesionales que comparten un mismo propósito: contribuir a una gestión empresarial más responsable, competitiva y preparada para los retos del futuro.

En Andalucía queremos trasladar ese espíritu al territorio, acercando DIRSE a las empresas, las universidades, las administraciones públicas y el tejido empresarial andaluz. Nuestro objetivo es generar espacios donde compartir experiencias reales, fomentar alianzas y demostrar que la sostenibilidad es una herramienta de transformación y de competitividad.

En este sentido, tengo la enorme suerte de compartir esta responsabilidad con Aécio Dantas, subdelegado de DIRSE Andalucía. Desde el primer momento hemos compartido una misma visión: construir una delegación cercana, abierta y útil para los profesionales de nuestra comunidad.

Su experiencia, su compromiso y su capacidad para generar diálogo enriquecen enormemente el trabajo que desarrollamos.

Creemos firmemente que el liderazgo se construye en equipo, y ese es precisamente el modelo que queremos impulsar desde DIRSE Andalucía: una red de profesionales que aprende, colabora y avanza de forma conjunta para situar la sostenibilidad en el lugar que le corresponde, como parte de la estrategia y del futuro de nuestras organizaciones.

¿Qué tendencias marcarán la agenda de sostenibilidad en los próximos cinco años? ¿Qué oportunidades ofrece la sostenibilidad para mejorar la competitividad de las empresas andaluzas?

La sostenibilidad dejará de entenderse como un proyecto independiente para integrarse definitivamente en la estrategia empresarial.

Veremos una mayor integración entre sostenibilidad y finanzas, una gestión más basada en datos, el desarrollo de indicadores de impacto, la incorporación de la inteligencia artificial y una creciente exigencia por parte de clientes, inversores y cadenas de suministro.

Para Andalucía esto supone una enorme oportunidad. Las empresas que sean capaces de medir, gestionar y demostrar su desempeño ESG tendrán mayor capacidad para acceder a financiación, participar en licitaciones, atraer talento, internacionalizarse y generar confianza y factor diferenciador con clientes y Grupos de Interés.

La sostenibilidad ya no es un coste. Es un factor de competitividad.

¿Qué papel desempeñarán la innovación y la inteligencia artificial en la gestión de la sostenibilidad?

Van a convertirse en herramientas imprescindibles.

La inteligencia artificial permitirá automatizar procesos de recopilación de datos, mejorar el análisis de indicadores, anticipar riesgos climáticos, optimizar el consumo de recursos y facilitar la elaboración de informes.

Pero hay algo que nunca podrá sustituir. La estrategia.

La IA ayudará a gestionar información; las personas seguiremos siendo quienes definamos el propósito, tomemos las decisiones y lideremos el cambio cultural dentro de las organizaciones. Por eso el futuro de la sostenibilidad combinará tecnología, innovación y liderazgo humano.

Mi frase final sería: "La sostenibilidad no se impulsa desde una sola persona ni desde un único departamento; se construye sumando talento, conocimiento y colaboración. Ese es el espíritu con el que trabajamos cada día en DIRSE Andalucía."





Rocío Leal: “Ponemos el dato en el centro de cualquier proceso de transformación”

ENTREVISTA

ROCÍO LEAL
HEAD OF PEOPLE
(CHRO) EN MIDWAY
TECHNOLOGIES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Cada vez más empresas buscan combinar transformación digital y sostenibilidad. ¿Qué papel desempeña Midway en ese proceso?

En Midway entendemos que la transformación digital y la sostenibilidad no son dos estrategias independientes, sino dos caras de una misma evolución empresarial. La tecnología permite construir organizaciones más eficientes, competitivas y responsables.

Nuestro papel es acompañar a las empresas para que esa transformación tenga un impacto real y sostenible en el tiempo. Ayudamos a implantar soluciones de inteligencia artificial, automatización, analítica de datos, cloud y ciberseguridad que optimizan procesos,

protegen la información crítica y permiten tomar decisiones más inteligentes en un entorno cada vez más digital.

Pero hay algo que consideramos igual de importante: la tecnología solo genera un impacto positivo cuando ayuda a las personas a trabajar mejor, mejora la experiencia de clientes y empleados y permite a las organizaciones crecer de forma responsable.

Por eso aspiramos a ser mucho más que un proveedor tecnológico: queremos ser un partner de confianza que acompañe a nuestros clientes en cada etapa de su transformación.

La tecnología permite medir y gestionar mejor el impacto ambiental y social. ¿Qué herramientas o soluciones ofrece Midway para ayudar a las organizaciones a tomar decisiones basadas en datos?

Hoy es imposible mejorar aquello que no se mide. Por eso ponemos el dato en el centro de cualquier proceso de transformación.

Trabajamos con plataformas de analítica avanzada, inteligencia de negocio e inteligencia artificial sobre el ecosistema Microsoft que integran información de diferentes áreas de la empresa y la convierten en conocimiento útil para la toma de decisiones.

Esto permite identificar ineficiencias, optimizar el consumo de recursos, automatizar procesos,

mejorar la productividad o medir indicadores relacionados con la experiencia de empleados y clientes mediante cuadros de mando que ofrecen una visión objetiva y en tiempo real.

La sostenibilidad deja así de basarse en percepciones para apoyarse en información fiable que facilita decisiones más ágiles y fundamentadas.

¿Consideras que la sostenibilidad ha dejado de ser un elemento diferenciador para convertirse en un requisito competitivo? ¿Por qué?

Sin duda. Hoy la sostenibilidad forma parte de la competitividad empresarial. Los clientes la demandan, los profesionales la valoran, los inversores la exigen y la regulación avanza en esa dirección.

Pero, además, las organizaciones que integran la sostenibilidad en su estrategia suelen ser también más eficientes, más resilientes y están mejor preparadas para afrontar los cambios del mercado.

La confianza se ha convertido en uno de los principales activos de cualquier empresa, y esa confianza se construye demostrando coherencia entre lo que una organización dice y lo que realmente hace.

Desde la perspectiva del talento, este aspecto es igualmente relevante. Cada vez más profesionales quieren formar parte de compañías con propósito, comprometidas con generar un impacto positivo y que actúen de forma coherente con sus valores. La sostenibilidad ya no influye solo en la reputación de una empresa; también condiciona su capacidad para atraer, desarrollar y fidelizar a los mejores profesionales.

En definitiva, la sostenibilidad ha dejado de ser un elemento diferenciador para convertirse en una condición imprescindible para competir, crecer y generar relaciones de confianza duraderas.

¿Cómo está influyendo la inteligencia artificial en la gestión de la sostenibilidad y qué oportunidades veis para las empresas?

La inteligencia artificial está multiplicando la capacidad de las empresas para comprender mejor su impacto, anticipar escenarios y

tomar decisiones más informadas.

Permite optimizar recursos, identificar ineficiencias, reducir desperdicios y liberar tiempo de tareas repetitivas para que las personas puedan centrarse en actividades de mayor valor añadido.

Pero si hablamos de sostenibilidad, la gran oportunidad de la IA no es sustituir a las personas, sino potenciar su talento. También implica utilizar esta tecnología de forma responsable, con criterios de seguridad, transparencia y buen gobierno del dato.

Ese es precisamente el modelo hacia el que evolucionan las Frontier Firms: organizaciones donde personas e inteligencia artificial trabajan de forma complementaria para impulsar la innovación, la productividad y un crecimiento más sostenible.

Las pymes representan una parte muy importante del tejido empresarial español. ¿Qué recomendaciones les darías para avanzar en sostenibilidad sin afrontar grandes inversiones iniciales?

Lo primero es dejar de pensar que la sostenibilidad requiere grandes presupuestos.

En Andalucía, donde las pequeñas y medianas empresas representan una parte esencial del tejido económico, existen muchas oportunidades para avanzar con proyectos de alcance muy asumible: digitalizar procesos, eliminar tareas repetitivas, aprovechar mejor los datos o sacar más partido a herramientas que muchas organizaciones ya tienen implantadas.

La clave está en empezar por iniciativas concretas que generen resultados visibles en poco tiempo y permitan seguir evolucionando paso a paso.

La sostenibilidad no depende del tamaño de la empresa, sino de la capacidad de mejorar de forma continua.

¿Qué criterios de sostenibilidad aplica Midway en su propia organización, tanto en su cultura corporativa como en su relación con clientes y proveedores?

Creemos que no se puede acompañar a otras organizaciones

en su transformación si uno no aplica esos mismos principios internamente.

En Midway entendemos la sostenibilidad desde una perspectiva integral, donde la dimensión social tiene un peso tan importante como la tecnológica y la económica. Apostamos por un modelo basado en la confianza, la escucha activa, el desarrollo profesional y el bienestar de las personas.

Medimos de forma continua la experiencia de nuestros equipos y convertimos ese feedback en planes de acción reales. Esta forma de trabajar ha sido reconocida externamente por Choose My Company, situándonos entre las empresas mejor valoradas por sus propios profesionales y alcanzando el Top 3 nacional tanto en Employee Experience como en Responsabilidad Social Corporativa.

La sostenibilidad también se refleja en nuestra forma de relacionarnos con clientes y partners: construimos relaciones de largo plazo basadas en la transparencia, la cercanía y la confianza, porque creemos que una transformación sostenible solo es posible cuando existe un compromiso compartido.

¿Qué tendencias marcarán la evolución de la tecnología aplicada a la sostenibilidad en los próximos años y cómo se está preparando Midway para ese escenario?

Veremos una integración cada vez mayor entre inteligencia artificial, automatización, analítica avanzada y gobierno del dato.

Creemos que Andalucía tiene una gran oportunidad para posicionarse como un referente en innovación responsable gracias al crecimiento de su ecosistema tecnológico y al enorme potencial de sus pymes. En Midway nos estamos preparando para ese escenario reforzando nuestras capacidades en inteligencia artificial, analítica y ciberseguridad, porque estamos convencidos de que el futuro pasa por organizaciones capaces de innovar con confianza. La tecnología solo impulsa un crecimiento sostenible cuando es inteligente, segura y está al servicio de las personas.

Si tuvieras que resumir en un mensaje por qué la tecnología y la sostenibilidad deben avanzar de la mano, ¿cuál sería?

La tecnología nos muestra todo lo que somos capaces de hacer; la sostenibilidad nos recuerda cómo debemos hacerlo.

En Midway creemos que la innovación solo tiene sentido cuando ayuda a construir organizaciones más competitivas, más responsables y más humanas.

Porque el futuro no dependerá únicamente de incorporar más tecnología, sino de utilizarla para generar un impacto positivo y duradero en las empresas, en las personas y en la sociedad.





ENTREVISTA

FRANCISCO M. OJEDA
DIRECTOR DE
SOSTENIBILIDAD DE COX

Francisco M. Ojeda: “Gestionamos recursos esenciales para construir un futuro sostenible”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

La gestión eficiente del agua y la energía se ha convertido en uno de los grandes retos para avanzar hacia un modelo económico más sostenible, resiliente y capaz de responder a las necesidades de una población creciente. En este contexto, Cox se ha consolidado como una compañía de referencia gracias a un modelo diferencial que integra ambos recursos y los entiende como elementos inseparables para el desarrollo económico y social.

Con sede corporativa en Sevilla y presencia nacional e internacional, la empresa afronta una etapa de crecimiento basada en la innovación, la eficiencia operativa y el desarrollo de infraestructuras estratégicas. En esta entrevista, Cox analiza el papel de Andalucía en su expansión, la importancia de la seguridad hídrica y la transición energética, así como sus principales objetivos para seguir generando empleo, reduciendo el impacto ambiental y creando prosperidad sostenible en los territorios donde opera.

Cox lleva más de una década especializándose en recursos hídricos y energías renovables. ¿Cómo surge esta empresa y qué necesidades del sector busca mejorar?

Cox nace con una visión diferencial: abordar de forma conjunta dos de los grandes desafíos globales, el acceso al agua y a la energía. Desde sus inicios, la compañía entendió que ambos recursos están estrechamente relacionados y que su gestión no puede plantearse de forma aislada.

A partir de esta idea, hemos desarrollado un modelo integrado que nos permite ofrecer soluciones a largo plazo en regiones con un elevado potencial de crecimiento, pero también con importantes necesidades de infraestructura. Somos la única utility integrada de agua y energía con una propuesta orientada a mejorar la eficiencia, la resiliencia y la sostenibilidad de ambos sistemas.

Nuestro objetivo es contribuir a una gestión más eficiente y responsable de estos recursos, dando respuesta a necesidades como la escasez hídrica, el aumento de la demanda energética o la modernización de infraestructuras. Todo ello con la finalidad de generar prosperidad sostenible e impulsar el desarrollo económico y social

de las comunidades en las que operamos.

En los últimos años, Cox ha crecido exponencialmente. ¿Cómo se gestiona esta etapa de expansión y qué tipo de proyectos se están impulsando para seguir creciendo?

Gestionamos nuestro crecimiento con una visión de largo plazo basada en cuatro pilares: talento, solidez financiera, excelencia operativa y transparencia. Buscamos crecer en mercados donde nuestra propuesta de valor genera un impacto real, desarrollando infraestructuras estratégicas de agua y energía. La clave no es crecer más rápido, sino hacerlo de manera sostenible, manteniendo siempre el foco en la creación de valor para nuestros grupos de interés.

El sector de gestión energética y sostenible cada vez toma más relevancia. ¿Qué impacto tiene Cox en la necesidad de apostar por la eficiencia, la sostenibilidad y la reducción del impacto ambiental?

Cox considera la sostenibilidad como uno de los ejes principales de su estrategia y como un elemento diferenciador y prioritario que debe traducirse en soluciones concretas y medibles. Nuestro propósito va

más allá de suministrar agua y energía: buscamos generar un impacto positivo y duradero mediante la innovación, la eficiencia y el conocimiento técnico. Trabajamos para minimizar y compensar el impacto generado por la actividad, optimizar el uso de los recursos, reducir la huella ambiental de las infraestructuras y contribuir a una transición energética que sea compatible con la protección del entorno y el bienestar de las personas.

En Andalucía cada vez se integran más sistemas vinculados a la sostenibilidad, el agua y la energía. ¿Qué importancia tiene esta región dentro del crecimiento de Cox y la creación de empleo en este sector?

Andalucía tiene una importancia estratégica para Cox, no solo porque nuestra sede corporativa se encuentra en Sevilla, sino porque reúne un enorme potencial para liderar la transición hídrica y energética. La comunidad cuenta con talento, capacidad industrial y recursos naturales que favorecen el desarrollo de nuevos proyectos. Nuestro compromiso es seguir creciendo desde Andalucía, impulsando empleo de calidad y consolidando un ecosistema empresarial

ligado a la innovación y la sostenibilidad.

En un contexto de transición energética, en Cox se combinan diferentes recursos para la eficiencia hídrica y energética. ¿En qué se diferencia vuestro modelo frente a sistemas de gestión más tradicionales del sector?

Nuestra principal diferencia es que entendemos el agua y la energía como dos recursos inseparables. La producción, el tratamiento y la distribución de agua requieren energía, mientras que muchas infraestructuras energéticas dependen, a su vez, de una disponibilidad hídrica adecuada. Por ello, consideramos que ambos ámbitos deben gestionarse de forma coordinada y no como

sistemas independientes.

Frente a los modelos más tradicionales, desarrollamos soluciones integradas que permiten identificar y aprovechar sinergias tecnológicas, operativas y de gestión. Este enfoque facilita la optimización del consumo energético, mejora la eficiencia en el uso del agua y contribuye a reducir tanto los costes operativos como el impacto ambiental de las infraestructuras.

De esta forma, podemos ofrecer soluciones más eficientes, sostenibles y resilientes, adaptadas a las necesidades concretas de cada territorio. Además, este modelo nos permite anticiparnos mejor a retos como el cambio climático, el estrés hídrico o el aumento de la demanda energética, garantizando infraestructuras más preparadas para responder a las necesidades futuras.

Para finalizar, de cara a 2026, ¿cuáles son los principales proyectos u objetivos en términos de crecimiento y contribución a la transición energética y sostenible de la gestión del agua?

De cara a 2026 seguiremos reforzando nuestro posicionamiento como actor clave en seguridad hídrica y transición energética. Nuestro foco estará en la consolidación del negocio a nivel nacional e internacional, en el despliegue de tecnologías innovadoras, la mejora de la eficiencia de las infraestructuras y la reducción del estrés hídrico en las regiones donde operamos. Queremos seguir demostrando que es posible impulsar el crecimiento económico a la vez que contribuimos a una gestión más sostenible de los recursos naturales y generando valor y prosperidad de forma sostenible en las zonas en las que Cox opera.





ENTREVISTA

ANSELMO ANDRADE
CEO – CHIEF EXECUTIVE
OFFICER H2B2



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
H2B2 desarrolla soluciones vinculadas al hidrógeno verde y la transición energética. ¿Cómo nace este proyecto y qué necesidades detectáis en este sector para impulsar esta empresa?

La empresa fue creada hace justo ahora 10 años por personas que ya estaban trabajando en el sector de hidrógeno; es decir, ya conocían bien las bondades que este sector energético puede traer desde el punto de vista de la seguridad del suministro energético, la descarbonización de los sectores económicos, o la competitividad industrial.

Además, tuvimos claro desde el principio que todo ello sólo tenía sentido si considerábamos el hidrógeno renovable; es decir, el hidrógeno producido desde agua, mediante el proceso de la electrólisis, alimentada con electricidad renovable, y es a esto a lo que hemos dedicado la actividad de la empresa.

El hidrógeno renovable se presenta como factor clave para la descarbonización industrial. ¿Qué potencial cree que tiene esta tecnología a largo plazo y cuáles son los principales retos que siguen existiendo para su implantación?

El hidrógeno renovable, para empezar, puede sustituir al hidrógeno fósil que la industria ya emplea en la actualidad. Por ejemplo, en la industria petroquímica y de refino, donde se utiliza para la eliminación del azufre en la gasolina. O en la industria del amoníaco, que es la base para la producción de fertilizantes agrícolas.

En segundo lugar, puede convertirse en un combustible clave para el sector transporte. Bien empleado directamente, por ejemplo, en autobuses urbanos o en camiones de largo recorrido. Bien como ingrediente fundamental para los denominados “combustibles sintéticos”, que son la base de la aviación cero-emisiones (Sustainable Aviation Fuels, SAF).

Y, en tercer lugar, puede convertirse en un combustible industrial, mezclándolo con gas natural, o incluso sustituyéndolo por completo. Siendo esto de especial relevancia para industrias intensivas en energía, como es el caso del sector cemento.

Poco a poco, veremos cómo el hidrógeno va penetrando en los 3 sectores, formando parte del abanico de soluciones para lograr su respectiva descarbonización.

En cuanto a los retos principales para su implantación, tendríamos una falta de regulación en vigor que incentive su uso (y que promueva un mercado real), la dificultad aún de su transporte en grandes cantidades y a largas distancias (ya sea por tubería o por vía marítima), así como el acceso sencillo a la red eléctrica.

En los últimos años, Andalucía se está consolidando como un lugar estratégico cada vez más centrado en la eficiencia energética y el desarrollo de hidrógeno. ¿Qué papel juega H2B2 en este contexto regional?

Andalucía tiene un gran potencial en producción de hidrógeno renovable, fundamentalmente debido a su gran capacidad de generación de energía eléctrica renovable (tanto en cantidad como en calidad), a su ubicación geográfica estratégica (que la convierte en puerto de entrada y salida de hidrógeno y sus derivados por vía marítima, o punto clave de interconexión gracias a su importante red gasista) y a su gran capacidad industrial y tecnológica en lo relativo al hidrógeno.

Precisamente, es en este tercer punto en el que H2B2 juega un papel fundamental en el ecosistema: es una empresa tecnológica que promueve, desarrolla, construye y opera plantas de producción de hidrógeno renovable, todo ello con el corazón puesto en Andalucía.

Con nuestras instalaciones en Sevilla, en las que llevamos a cabo actividades de I+D, de ingeniería y



H2B2 Fabricación. Instalaciones productivas de H2B2 en Sevilla. Capacidad de fabricar hasta 200 MW de electrólisis al año.

Anselmo Andrade: “Promovemos, desarrollamos y construimos con el corazón puesto en Andalucía”

de fabricación, estamos plenamente capacitados para acompañar a la región en este desarrollo desde el principio hasta el final.

Ahora que el hidrógeno verde es una prioridad para la industria. ¿Cómo cree que se ha transformado el mercado a la hora de implementar esta tecnología y qué valoran los clientes a la hora de adoptarla?

En estos momentos, la industria ve al hidrógeno renovable como algo tecnológicamente viable; es decir, ya no hay dudas en cuanto a la madurez de la industria del sector del hidrógeno. La tecnología existe y es capaz de dar soluciones a actuales necesidades de los sectores económicos.

Evidentemente, queda mucho por hacer en otros aspectos; por ejemplo, que llegue la regulación que aclare y dictamine en qué sectores, en qué porcentajes, y de qué modo ha de emplearse el hidrógeno renovable, o conseguir una reducción progresiva del coste del kilogramo de hidrógeno.

Pese a todo, la industria valora muy positivamente la posibilidad de descarbonizar los procesos, a la vez que se asegura unos costes que no estén ligados a la volatilidad de los combustibles fósiles, y que permitan el desarrollo de una industria y un suministro locales.

La descarbonización sigue siendo una prioridad en posiciones muy altas de la agenda industrial. Obviamente la competitividad de las propias operaciones industriales es un requisito imprescindible, por lo que el coste de inversión sigue siendo prioritario en todos los casos, aunque el punto de vista se va ampliando, abarcando de forma más pragmática la vida completa de los proyectos, donde otros factores



HRS Colombia. Estación de servicio de hidrógeno, para la empresa Ecopetrol, en Bogotá (Colombia). Estación de servicio integrando un electrolizador EL10N, capaz de producir 1 kg/h de hidrógeno y abastecer vehículos pesados (autobuses urbanos) a 350 bar de presión.

(prestaciones, fiabilidad, servicio) afectan incluso de manera más notoria a dicha competitividad. Y la propia geopolítica actual ha determinado la criticidad de incorporar variables como el poder evitar la volatilidad de precios (de combustibles o materias primas) siendo autosuficientes en su producción (seguridad de suministro, en definitiva).

En un mercado cada vez más competitivo en la fabricación de electrolizadores en esta transición energética. ¿Cuáles siguen siendo las fortalezas tecnológicas que os diferencian en el sector?

En primer lugar, un conocimiento profundo de la tecnología: H2B2 no sólo construye plantas, sino que es capaz de un diseño completo de las mismas, desde el primer boceto, entendiendo cuáles son los procesos que se dan dentro de las membranas que rompen la molécula de agua.

En segundo lugar, una cobertura completa de la cadena de valor, que llega desde esa fase inicial de promoción y desarrollo, hasta la operación y mantenimiento, acompañando siempre al cliente.

En tercer lugar, la experiencia: el personal de la empresa lleva décadas trabajando en el ámbito del hidrógeno y es capaz de ofrecer a los clientes soluciones integrales y completas a sus necesidades.

A todo esto, podríamos añadir que somos una de las empresas europeas que más capacidad de electrolizadores ha desplegado en los últimos años.

Para finalizar, de cara al 2026, ¿cuáles son los principales retos y objetivos que afronta H2B2 en términos de innovación y contribución al desarrollo de hidrógeno renovable?

Desde H2B2, estamos trabajando en estos momentos, sobre todo y especialmente, en reducir el coste del kilogramo de hidrógeno producido.

Para ello, por una parte, trabajamos en reducir el coste de los electrolizadores; es decir, la inversión en la planta de electrólisis, desarrollando tecnologías (como la de intercambio aniónico, o AEM de sus siglas en inglés) que lleven a cero la utilización de metales preciosos en las membranas que componen el stack, que es el corazón del electrolizador.

Por otra parte, estamos también trabajando en reducir el consumo de electricidad de nuestros electrolizadores, por ejemplo, desarrollando tecnologías de alta temperatura (como la de óxido sólido, o SOEC de sus siglas en inglés), que permitan operar con vapor de agua.

Estos proyectos de Investigación y Desarrollo (I+D) cuentan con un fuerte apoyo de diferentes instituciones, y los llevamos a cabo de la mano de distintos centros de investigación y universidades, tanto nacionales como internacionales.

Todo ello, puesto en conjunto, nos va a permitir continuar ofreciendo a nuestros clientes una producción industrial de hidrógeno renovable enormemente competitiva.



Pedro Marín: “Desempeñamos un papel técnico relevante en todas las fases de un proyecto de biometano”

ENTREVISTA

PEDRO MARÍN

PRESIDENTE DE INERCO Y
DEL CLÚSTER ANDALUZ DEL
BIOMETANO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

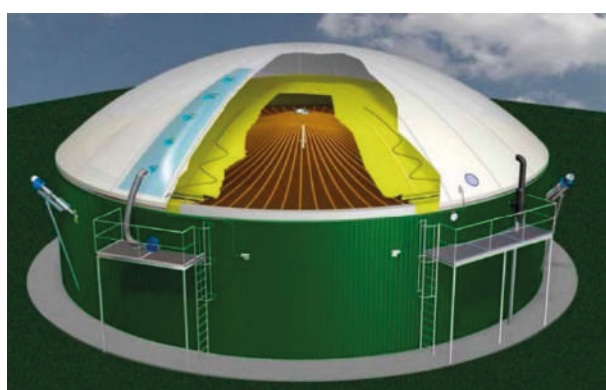
El Clúster Andaluz del Biometano nace como una iniciativa que agrupa a los principales actores del sector energético en la región. ¿Cómo surge este proyecto y qué necesidad detectasteis para impulsar su creación en Andalucía?

Las nueve empresas fundadoras entendimos que el biometano se ha convertido en una prioridad y una necesidad dentro de la transición energética: una prioridad por su capacidad para descarbonizar mediante un gas renovable, gestionable y compatible con infraestructuras existentes; y una necesidad porque permite valorizar residuos orgánicos, avanzar en economía circular, reforzar la autonomía energética y generar actividad en el mundo rural.

Andalucía es una de las regiones españolas y europeas con mayor generación de residuos orgánicos y por tanto con altísimo potencial de generación de gas renovable al tiempo que resuelve el problema de esos residuos. Existían recursos, empresas, conocimiento técnico, infraestructuras y proyectos, pero faltaba un espacio común que permitiera ordenar ese potencial, generar una visión compartida y acelerar el desarrollo del biometano con rigor técnico, seguridad jurídica y diálogo con el territorio. En ese contexto, las empresas fundadoras solicitaron a INERCO que asumiera la coordinación y puesta en marcha del Clúster, por nuestra experiencia en ingeniería, sostenibilidad ambiental y energética y tramitación de proyectos. Desde el inicio, el objetivo ha sido impulsar el biometano verde, consolidar un ecosistema industrial sólido, promover la colaboración público-privada, favorecer proyectos estratégicos y posicionar a Andalucía como territorio de referencia en esta tecnología.

INERCO es uno de los socios fundadores del Clúster Andaluz del Biometano, del que usted es presidente. ¿Cómo se complementan ambas funciones y qué sinergias existen entre la empresa y el clúster?

Son efectivamente responsabilidades distintas y plenamente complementarias. Una de las principales tareas es poner de manifiesto ante la sociedad la gran importancia del sector y plantear vías de solución a los retos a los que se enfrenta. La principal sinergia está en el conocimiento y en la experiencia acumulada en INERCO abordando problemáticas regulatorias, administrativas y tecnológicas desde un posicionamiento muy riguroso e independiente, como el que siempre INERCO



ha mantenido. Esto me permite una interlocución solvente, respetada e independiente con los diferentes agentes implicados: colectivos y entes locales, administraciones, etc.

Desde INERCO, como empresa especializada en ingeniería, consultoría y sostenibilidad ambiental, ¿qué rol técnico juega la empresa en el desarrollo real de proyectos de Biometano impulsados por el marco del Clúster?

INERCO puede desempeñar un papel técnico relevante en todas las fases de un proyecto de biometano. Nuestra aportación abarca desde los estudios preliminares y la definición conceptual de la ingeniería, hasta la tramitación ambiental y gestión de permisos, incluyendo el análisis de riesgos, y finalizando con la implantación de toda la tecnología y la ejecución del proyecto. También es esencial analizar la disponibilidad y logística de los residuos, la ubicación, la conexión a red, la gestión del digerido, la prevención de olores, el impacto sobre el entorno y la aceptación social.



Nuestra experiencia permite abordar estos proyectos con una visión integral. No hablamos únicamente de producir gas renovable, sino de desarrollar instalaciones viables, seguras, eficientes, ambientalmente rigurosas y alineadas con los principios de la economía circular. Ese enfoque técnico es clave para que el biometano pase de ser una oportunidad, a convertirse en una realidad industrial.

Andalucía cuenta con un gran peso del sector agrícola y ganadero, lo que genera importantes volúmenes de residuos con posibilidad de ser transformados en energía. ¿Qué papel juega el Clúster Andaluz del Biometano como motor del desarrollo del biometano a nivel nacional y regional?

El Clúster Andaluz del Biometano debe actuar como motor y punto de conexión de un sector que necesita coordinación, criterios comunes y una visión compartida. El despliegue previsto de más de 100 plantas en Andalucía para 2030, por parte de las empresas que actualmente constituyen el Clúster, podría permitir valorizar más de 15 millones de toneladas de residuos orgánicos al año, lo que demuestra la dimensión ambiental, energética e industrial de esta oportunidad.

Además, creemos que es fundamental avanzar de forma coordinada con otros clústeres y asociaciones vinculados al gas renovable. Para que esta tecnología se consolide como una apuesta de país, necesitamos una visión común a nivel nacional y una interlocución sólida con la sociedad, las administraciones y la industria. En este sentido, el Clúster está participando activamente en foros sectoriales y mesas redondas, como las celebradas recientemente por Sedigas, donde se está poniendo en valor el papel de los gases renovables en la transición energética.

Por tanto, hablamos de una oportunidad energética, industrial y territorial, pero también de una necesidad ambiental: gestionar adecuadamente residuos que, si no se valorizan, pueden generar problemas de olores, emisiones o impacto ambiental. El objetivo es transformar esos problemas en soluciones, convirtiendo residuos orgánicos en gas renovable, fertilizantes, empleo local y desarrollo rural sostenible.

El Clúster y sus empresas prevén el desarrollo de numerosas plantas de biometano en los próximos años, con inversiones multimillonarias y la creación de empleo asociado a la transición energética. ¿Qué impacto económico, industrial y territorial puede tener este despliegue en Andalucía?

El impacto puede ser muy significativo. El despliegue previsto contempla, como indicaba, más de un centenar de plantas en los próximos años, con una inversión potencial superior a los 2.500 millones de euros y la creación de hasta 1.500 empleos directos. Pero, más allá de las cifras, lo relevante es el tipo de impacto que puede generar.

El biometano es una tecnología muy vinculada al territorio, porque las plantas deben situarse cerca de los recursos. Esto permite generar actividad económica en zonas rurales y agroindustriales, crear empleo local, movilizar empresas auxiliares y ofrecer nuevas oportunidades al sector primario.

Desde el punto de vista industrial, el biometano puede reforzar la competitividad de sectores que necesitan soluciones renovables y gestionables para sus consumos térmicos. Desde el punto de vista ambiental, permite mejorar la gestión de residuos orgánicos, reducir emisiones y avanzar hacia modelos productivos más circulares. Y desde el punto de vista energético, contribuye a reducir la dependencia exterior mediante la producción de gas renovable a partir de recursos locales.

Para finalizar, ¿qué retos y objetivos se plantean tanto para el Clúster Andaluz del Biometano como para INERCO en los próximos años dentro de la transición energética?

El principal reto es convertir el potencial en realidad. Tenemos recursos, empresas, tecnología, demanda energética y capacidad industrial, pero necesitamos un marco que facilite el desarrollo de proyectos con seguridad jurídica, agilidad administrativa y aceptación social. Andalucía y España deben equipararse a otros países europeos que están siendo más ágiles en la puesta en marcha de proyectos de este gas renovable. En este sentido, el nuevo marco regulatorio supone una fase de avance relevante. El proyecto de Real Decreto de impulso del biometano plantea una senda creciente de penetración del gas de origen renovable en el mercado nacional de gas natural, desde el 0,5% en 2028 hasta el 6% en 2035.

En el caso de INERCO, nuestro reto es seguir creciendo y desarrollando capacidades para acompañar a la industria en una transición energética que será necesariamente plural. No existe una única solución para la descarbonización; será necesario combinar distintas tecnologías y enfoques en función de cada sector, cada proceso industrial y cada territorio. Andalucía y España tienen una oportunidad histórica para situarse como referente en economía circular, autonomía energética y desarrollo territorial sostenible, e INERCO quiere seguir contribuyendo activamente a hacerla realidad.



Alberto España: “Aspiramos a que R3genera se convierta en un imprescindible para la economía circular”

ENTREVISTA

ALBERTO ESPAÑA
COMISARIO Y PRESIDENTE
DE AESA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

R3genera nace como el primer Congreso Nacional de Economía Circular para el Desarrollo Industrial. ¿Cómo surge esta iniciativa y qué necesidad detectasteis para impulsar un encuentro de estas características?

Hablamos de un sector que ha vivido una transformación enorme. En mi caso, tengo más de 30 años de experiencia y, cuando empezamos, hablar de reciclaje era hablar casi exclusivamente de gestión de residuos. Hoy la conversación ha evolucionado mucho, y ya hablamos de industria, de innovación, de materias primas, de energía y de competitividad.

Precisamente de esa evolución nace R3genera. Echábamos en falta un espacio donde todos esos actores —empresas, administraciones, universidades y expertos— pudieran sentarse a hablar de economía circular desde una perspectiva industrial y práctica.

Mi sensación es que estamos en un momento decisivo. Europa está marcando un nuevo rumbo con iniciativas como la futura Circular Economy Act y las empresas necesitan entender qué viene y cómo prepararse. Ese es el espíritu con el que nace R3genera: compartir conocimiento, generar alianzas y convertir los retos en oportunidades.

La economía circular ha transicionado hasta convertirse en una cuestión de competitividad para las empresas. ¿Cómo ha evolucionado esta visión en los últimos años y qué papel juega actualmente en el desarrollo industrial?

Creo que el gran cambio ha sido dejar de ver la economía circular como una obligación para empezar a verla como una oportunidad.

Como empresario, lo vivo cada día. Las empresas ya no preguntan únicamente qué exige la normativa; preguntan cómo pueden ser más eficientes, cómo reducir costes, cómo depender menos de materias primas que cada vez son más escasas o más caras.

La economía circular ayuda precisamente a responder a esas preguntas. No se trata solo de reciclar más, sino de producir mejor, aprovechar mejor los recursos y ser más competitivos.

Estoy convencido de que las empresas que antes incorporen estos principios a su estrategia serán también las que mejor preparadas estén para afrontar los desafíos de los próximos años.

Andalucía cuenta con sectores como la energía, la minería, la agroindustria o la construcción, donde la gestión eficiente de los recursos es cada vez más relevante. ¿Qué oportunidades ofrece la economía circular para estos sectores en el contexto andaluz?

Yo creo que Andalucía tiene una oportunidad extraordinaria. Tenemos una base industrial muy potente y empresas en la región que llevan años desarrollando soluciones innovadoras en recuperación de materiales, valorización de residuos, energías renovables o eficiencia energética.

Además, contamos con universidades, centros tecnológicos y administraciones muy implicados. Si somos capaces de conectar todo ese conocimiento, Andalucía puede situarse entre las regiones que lideren esta transformación en Europa.

Y Huelva es un buen ejemplo de ello. Es



¿Qué prioridades existen para que la economía circular se traduzca en oportunidades de crecimiento y empleo?

La primera es seguir apostando por la innovación. Pero también necesitamos facilitar que las empresas puedan invertir, acceder a financiación y desarrollar nuevos proyectos.

Y hay otro aspecto que a veces olvidamos: el talento. La transición hacia una economía más circular va a generar nuevas profesiones y va a exigir nuevas capacidades, nuevos perfiles. Por eso la colaboración con universidades y centros de formación será cada vez más importante.

Si hacemos bien las cosas, la economía circular no solo reducirá impactos ambientales; también será una fuente de empleo de calidad y de crecimiento económico.

¿Qué papel os gustaría que desempeñara el Congreso en el futuro de la economía circular en España?

Soy consciente de que estamos poniendo en marcha un proyecto nuevo y que los grandes congresos no se consolidan de un día para otro. Pero también creo que las iniciativas que nacen con una visión clara, responden a una necesidad real y cuentan con el respaldo del sector tienen muchas posibilidades de crecer.

una provincia con una enorme tradición industrial que está demostrando que crecimiento económico y sostenibilidad pueden avanzar de la mano.

¿Qué objetivos tenéis para esta primera edición y qué impacto esperáis generar en el territorio?

Como comisario, y hablo en nombre de toda la organización, creo que nuestra mayor ilusión es que R3genera sea un Congreso útil. Que quien venga no solo escuche ponencias interesantes, sino que vuelva a su empresa con nuevas ideas, nuevos contactos y nuevas oportunidades de negocio.

Queremos que en Huelva se hable de los grandes retos de la economía circular, pero también de soluciones concretas que se puedan aplicar desde ya, de buenas prácticas. Vamos a reunir a empresas importantes y referentes en el sector, administraciones, universidades y grandes profesionales, porque creemos que la colaboración es la mejor manera de acelerar esta transformación.

Y, por supuesto, queremos que el Congreso contribuya a posicionar Huelva como un referente en economía circular y desarrollo industrial.

“Nuestro espíritu consiste en compartir conocimiento, generar alianzas y convertir los retos en oportunidades”

Nuestra aspiración es que R3genera se convierta en un punto de encuentro imprescindible para todos los que creemos que la industria tiene un papel protagonista en la transición hacia una economía más circular. Queremos que cada edición sirva para compartir conocimiento, generar alianzas y acercar posiciones entre empresas, administraciones, universidades y centros de investigación.

Tenemos grandes retos por delante, pero también enormes oportunidades. Estoy convencido de que la mejor manera de aprovecharlas es sentándonos en la misma mesa, compartiendo experiencias y aprendiendo unos de otros. Si conseguimos que de R3genera salgan nuevas colaboraciones, proyectos e iniciativas que impulsen una industria más competitiva y sostenible, habremos cumplido nuestro objetivo.

Y, por qué no decirlo, también nos gustaría que dentro de unos años Huelva sea reconocida como el lugar donde cada otoño se reúnen quienes están liderando la economía circular en España.



Carlos Bordons: “No entendemos una investigación aislada, queremos que lo que hacemos tenga aplicación e interés”

ENTREVISTA

CARLOS BORDONS

CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA. IEEE. ENGREN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Usted trabaja en el ámbito del control y la optimización de sistemas de energías renovables e hidrógeno verde. ¿Cómo comenzó a especializarse en esta línea de investigación y qué desafíos busca resolver con su trabajo?

Empecé a trabajar en el control automático, es decir, en el control de procesos industriales, como calderas o la industria alimentaria, y en sistemas de energías renovables. Comencé en energía termosolar y después entré en el mundo del hidrógeno. En todos estos sistemas es necesario un control que permita operar cada proceso de forma óptima y automática.

Entré en el mundo del hidrógeno controlando las pilas de combustible, los equipos que utilizan hidrógeno para generar electricidad, y su integración con las energías renovables, que es muy importante. Cuando empecé todavía no se hablaba de hidrógeno verde, pero hoy lo importante es el hidrógeno producido con energías renovables. Ahora trabajo en optimizar los procesos para generar hidrógeno con energías renovables y utilizarlo de forma limpia.

Andalucía se ha convertido en una de las comunidades con mayor potencial para el desarrollo de las energías renovables y el hidrógeno verde. ¿Qué oportunidades ofrece este contexto para la investigación que desarrolláis desde la Escuela Superior de Ingeniería?

Ahora mismo hay un potencial enorme para el hidrógeno verde. Yo empecé a trabajar en estos temas hace 20 años y éramos un poco bichos raros los que trabajábamos en hidrógeno en Andalucía.

Hay varios grupos de investigación en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Sevilla y también en Huelva. Además de la universidad, en Huelva está el Instituto Nacional de Técnica Aeroespacial, que lleva casi 30 años trabajando en este ámbito. Ahora mismo estamos en un momento álgido que no debemos desaprovechar, para que no nos pase como con la fotovoltaica.

España fue fabricante de paneles fotovoltaicos y al final toda la producción acabó en Asia. Con el hidrógeno no debería ocurrir lo mismo. Tenemos un potencial enorme y grupos de investigación punteros a nivel internacional, por lo que es necesario fo-

mentar y apoyar a las empresas que desarrollan su tecnología desde aquí y fabrican electrolizadores en España, para no limitarnos a comprar tecnología del exterior, sino también desarrollarla.

También es un momento clave para las empresas que quieren utilizar hidrógeno. El hidrógeno renovable todavía es caro de producir porque la demanda sigue siendo limitada. Si las empresas apuestan por él, contribuirán a que los costes bajen más rápidamente.

Una de sus líneas de trabajo se centra en optimizar el funcionamiento de sistemas energéticos. ¿Qué relevancia tiene esa optimización para conseguir que las energías renovables sean cada vez más eficientes y competitivas?

Cualquier tecnología que se quiera implantar necesita operar de la forma más óptima y eficiente posible.

Por ejemplo, en el hidrógeno verde obtenido mediante energía fotovoltaica, que es con la que más trabajo, la integración entre la fotovoltaica y los electrolizadores es fundamental. Los electrolizadores son los equipos que producen hidrógeno utilizando electricidad renovable a partir del agua y son equipos complejos que hay que hacer funcionar correctamente.

Normalmente están diseñados para trabajar en un punto estacionario, mientras que la generación renovable cambia continuamente. La radiación solar varía a lo largo del día y acoplar una generación variable con un equipo que necesita trabajar de forma constante es uno de los grandes retos.

Si no se hace bien, el equipo se degrada. Los electrolizadores son muy costosos, especialmente los de varios megavatios, por lo que una mala operación reduce su vida útil.

Precisamente en eso trabajamos en mi grupo: en el control automático de electrolizadores conectados a fuentes renovables variables. La idea es que, tanto en electrolizadores como en pilas de combustible y otros sistemas que utilizan hidrógeno, el

control automático sea capaz de adaptar ese funcionamiento estable a una generación intermitente.

Al final, se puede invertir mucho dinero en un equipo, pero si no opera correctamente, será menos eficiente y se degradará antes.

La investigación universitaria desempeña un papel clave en la transición energética. ¿Qué importancia tiene la colaboración con universidades para que estos avances lleguen a convertirse en soluciones reales?

Eso es clave. Quien conoce la universidad por dentro sabe que no es solo dar clases. La mayoría de los profesores dedicamos gran parte de nuestro tiempo a investigar y, en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería, tenemos una tradición muy consolidada de colaborar con las empresas. No entendemos una investigación aislada en nuestros despachos, sino que queremos que lo que hacemos tenga aplicación e interés.

Muchas empresas e instituciones trabajan con nosotros porque están interesadas en nuevos desarrollos. Cuentan con la universidad para resolver problemas y conocer lo que se está investigando para aplicarlo en sus productos y servicios.

A veces es la empresa la que plantea una necesidad y viene a nuestro grupo de investigación; otras veces somos nosotros quienes desarrollamos algo que puede interesarle y alcanzamos acuerdos para impulsar proyectos que tengan un beneficio para la sociedad. En el ámbito de la transición energética todavía queda muchísimo por hacer.

Habéis participado en proyectos como U5-Space, logrando integrar una pila de combustible de hidrógeno verde en una aeronave no tripulada. ¿Qué supone este avance y qué aplicaciones puede tener en otros ámbitos de la movilidad sostenible?

Este es un proyecto muy bonito desarrollado con la empresa Zelenza, dentro de un consorcio con otras empresas españolas y universidades. En Sevilla desarrollamos un dron impulsado por hidrógeno. La idea de



utilizar hidrógeno es aumentar la autonomía respecto a un dron puramente eléctrico.

Se trata de un dron híbrido, con despegue vertical y alas. Despega verticalmente y, una vez alcanza altura, vuela aprovechando la sustentación de las alas, lo que permite una autonomía mucho mayor.

Desarrollamos este sistema con una batería y una pila de combustible, de forma que ambas fuentes de energía proporcionan la potencia eléctrica a los motores. Es una tecnología novedosa porque utiliza una energía limpia: el hidrógeno se obtiene a partir de energías renovables, como la fotovoltaica, y cuando se utiliza únicamente genera vapor de agua.

Las aplicaciones son muchísimas: detección y extinción de incendios, vigilancia, agricultura, cosecha, fumigación e incluso usos militares, aunque nosotros no trabajamos en esa línea. Lo que queremos demostrar es que el hidrógeno puede utilizarse en aeronaves y que, en un futuro, podamos ver también aviones comerciales funcionando con hidrógeno.

Para finalizar, ¿cuáles son las principales líneas de investigación en las que estáis trabajando actualmente y qué retos considera prioritarios para el desarrollo del hidrógeno verde en los próximos años?

Nuestro grupo se centra en el control automático. Desarrollamos nuevas técnicas de control que permitan que los sistemas sean más eficientes. Otros grupos de investigación trabajan en los materiales para pilas de combustible o electrolizadores, o en el diseño térmico de estos equipos.

En nuestro caso, los retos están relacionados con nuevas metodologías de control que optimicen el funcionamiento de los sistemas, ya que eso redundará en una mejora de su eficiencia.

Existen muchos retos en el hidrógeno. Quizás uno de los principales sea el almacenamiento. El hidrógeno tiene un alto poder calorífico, pero una baja densidad energética, por lo que es necesario comprimirlo a altas presiones para hacerlo competitivo.

En definitiva, todo en relación con el almacenamiento y el transporte. Es fundamental que, una vez producido, se integre con las redes de gasoductos existentes o se construyan nuevas redes que permitan llevarlo hasta las industrias donde vaya a utilizarse.





Vicente Sánchez Pérez: “Defendemos que la energía más cara no es la que se compra, sino la que se desperdicia”

ENTREVISTA

VICENTE SÁNCHEZ PÉREZ
CEO MENOS ENERGÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Menos energía trabaja en el desarrollo de soluciones de alta eficiencia energética y descarbonización técnica. ¿Cómo nace la empresa? ¿Cuál es el problema que buscaban resolver o mejorar en el sector energético?

Menos Energía nació hace más de diez años con la vocación de resolver los grandes problemas energéticos en edificios, hoteles e industria.

Detectamos que el elevado coste y la dependencia de combustibles fósiles para producir agua caliente y calefacción eran los principales desafíos. Desde el principio vimos la oportunidad de hacer estos procesos más eficientes, reduciendo consumo energético y emisiones de CO₂. A partir de ahí desarrollamos el sistema ACSZero, una solución modular de alta eficiencia que se adapta a las necesidades de cada instalación. Esta tecnología combina calor eficiente, almacenamiento térmico y sistemas de control avanzados.

Nuestro objetivo es consumir menos energía para obtener el mismo o mejor resultado en confort, reduciendo la dependencia del gas y el coste energético.

Recientemente habéis llevado a cabo una instalación en el Hotel Cádiz Bahía con vuestro sistema de eficiencia energética. ¿Cómo surge este proyecto y en qué consiste? ¿Qué necesidades son las que se buscaba cubrir en este hotel?

Este proyecto surge de la apuesta del grupo QHotels por la sostenibilidad y de la visión de su CEO, Luis Chabrera, que buscaba convertir el hotel en un referente en eficiencia energética.

Nos conocimos antes de la pandemia, cuando el edificio aún iba a destinarse a hotel. En aquel momento le planteé una visión distinta a la prevista. Se trataba de un edificio muy complejo con múltiples servicios integrados como clínicas, spa, supermercado, salones de congresos, piscinas y habitaciones. Todo ello requería un sistema mucho más eficiente para evitar un consumo energético excesivo.

Nuestra propuesta consiste en reducir ese consumo mediante una solución que combina la producción de calor y frío, aprovechando el acuífero bajo el edificio y recuperando energía térmica que normalmente se desperdicia. Los estudios de 2024 y 2025 muestran

una reducción cercana al 65 % del consumo energético frente a sistemas convencionales.

En definitiva, convertimos una energía que habitualmente se pierde en una fuente de ahorro para el hotel.

El sector hotelero exige mucho en energía, climatización y agua caliente. ¿Qué impacto tiene una solución como la vuestra en términos de ahorro energético y reducción de emisiones?

El impacto es muy relevante. La vida útil estimada de los sistemas de climatización se sitúa en torno a los 20 años. Diversos estudios realizados por organismos oficiales demuestran que, del coste total de una instalación —que incluye la inversión inicial, el mantenimiento y el consumo energético— la mayor parte corresponde al gasto en energía. Por ello, invertir en sistemas más eficientes es una decisión estratégica que reduce costes, mejora la competitividad del establecimiento y disminuye su impacto ambiental.

Hemos logrado reducciones superiores al 70 % en climatización y de hasta el 100 % en agua caliente sanitaria. Esto permite disminuir significativamente el consumo de energía, reducir el uso de combustibles fósiles y las emisiones de CO₂. En el caso del Hotel Cádiz Bahía, el ahorro energético real alcanzó cerca del 65 %, lo que supone aproximadamente 350.000 euros anuales, además de evitar la emisión de más de 1.200 toneladas de CO₂ al año, según datos oficiales disponibles en nuestra web.



Al final, la energía más cara no es la que se compra, sino la que se desperdicia.

En un contexto como Andalucía, donde el clima genera una alta demanda energética en verano y el turismo aumenta, ¿por qué es importante apostar por sistemas de energía eficientes en los hoteles?

Como hemos comentado anteriormente, invertir en un sistema de eficiencia energética se convierte en una decisión estratégica para el hotel.

En el sector hotelero, el gasto energético es uno de los principales costes, puede llegar hasta el 70% del gasto total y esto impacta directamente en los resultados. Además, cada vez más viajeros valoran la sostenibilidad como un factor importante a la hora de elegir alojamiento.

Por lo tanto, supone una oportunidad para captar nuevos perfiles de clientes y generar nuevas fuentes de ingresos.

En Menos Energía, y en este proyecto, se trata la mejora de la eficiencia energética, el almacenamiento térmico y la climatización. ¿En qué se diferencia vuestro sistema de ahorro energético frente a instalaciones más tradicionales?

Nos diferenciamos principalmente por la innovación y por un proceso constante de aprendizaje orientado a ofrecer mejores soluciones a nuestros clientes.

Nuestro enfoque parte de que el sistema se adapta a las necesidades de cada cliente. No trabajamos con soluciones aisladas como la fotovoltaica o la gestión de facturas, sino con sistemas energéticos integrales que actúan de forma conjunta. Estos sistemas combinan energías renovables, almacenamiento térmico, climatización eficiente y un control avanzado desarrollado por nuestro equipo.

Además, próximamente incorporaremos inteligencia artificial, lo que permitirá anticipar las necesidades energéticas teniendo en cuenta factores como

la ocupación o la previsión meteorológica. En pocas palabras, no solo generamos energía de forma eficiente, sino que conseguimos que la instalación aprenda y mejore su rendimiento de forma continua.

Más allá de la eficiencia energética, ¿qué papel están jugando la digitalización y la inteligencia artificial en la relación entre sostenibilidad

y ahorro energético en esta transición que está viviendo el sector?

La transición energética parte de que la energía más cara no es la que se consume, sino la que se desperdicia. Ese desperdicio implica también una mayor contaminación. Por tanto, mejorar la eficiencia no solo impacta en la cuenta de resultados, sino que incrementa la sostenibilidad.

En nuestro sistema de control conseguimos que las instalaciones funcionen de forma eficiente, consumiendo únicamente la energía necesaria y optimizando al máximo el uso de energías renovables. Producimos energía cuando hay sol, pero como no siempre se utiliza en ese momento, la almacenamos en forma térmica para poder emplearla más tarde. Con la incorporación de la inteligencia artificial, el siguiente paso es anticiparnos a las necesidades del edificio, permitiendo que operen exactamente acordadas a las necesidades. Nacimos en el sector de la climatización y las instalaciones térmicas, pero hoy somos una empresa tecnológica centrada en el control que gestiona estas instalaciones.

Para finalizar, ¿cuáles son los próximos pasos de Menos Energía en este 2026 en cuanto al desarrollo energético sostenible, la descarbonización y climatización?

Hemos desarrollado dos líneas principales en las que ya estamos trabajando y en proceso de mejora.

Por un lado, hemos creado un gemelo digital que permite modelizar el edificio con todos sus parámetros, analizando consumos, necesidades y comportamiento energético. Esto nos permite optimizar tanto la eficiencia como la inversión, evitando sobre dimensionamientos y permitiendo generar sistemas acordes a la realidad. Con este gemelo digital podemos diseñar instalaciones ajustadas a la realidad, simulando incluso escenarios extremos, como el día de mayor demanda en verano con el hotel al completo. Así analizamos el comportamiento de los sistemas, los acumuladores y las horas de funcionamiento, logrando instalaciones realmente eficientes.

Por otro lado, pretendemos internacionalizarnos. Para ello, estamos desarrollando sistemas de salas técnicas premontadas e industrializadas, que se fabrican en nave y llegan completamente integradas al edificio. Su instalación es muy rápida, lo que reduce plazos y complejidad en obra. Además, la inteligencia artificial ya está incorporada en nuestros desarrollos y estará operativa en los próximos meses.

En resumen, nuestro trabajo se centra en ayudar a hoteles y edificios a consumir menos energía, trasladando estas innovaciones a nuestros clientes.



ENTREVISTA

ÁNGELA MAGNO
GESTORA DE PROYECTOS
DE I+D Y DIRECTORA
DE COMUNICACIÓN Y
MARKETING DE BIOAZUL

Ángela Magno: “Creemos que el futuro pasa por conectar conocimiento, personas y territorio para construir soluciones”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
BIOAZUL trabaja desde hace más de 20 años en la gestión sostenible del agua y la innovación ambiental. ¿Cómo surge esta empresa y qué necesidades detectasteis en torno al uso y al tratamiento del agua?

BIOAZUL nació hace más de veinte años con una vocación muy clara: contribuir a resolver algunos de los grandes retos ambientales, especialmente relacionados con el recurso agua, y sociales mediante la innovación. Con el tiempo hemos evolucionado desde una empresa especializada en tecnologías relacionadas con el agua hacia una consultora de I+D+i que acompaña a administraciones, empresas, centros de investigación y otros actores en todo el ciclo de la innovación, desde la identificación de oportunidades hasta la transferencia de sus resultados al mercado, a las políticas públicas o a la sociedad.

Con los años hemos pasado de abordar problemas concretos relacionados con el agua a trabajar desde una visión más integrada de la sostenibilidad, entendiendo que la gestión de los recursos hídricos está estrechamente ligada a la energía, la producción de alimentos, la salud, la conservación de los ecosistemas y la biodiversidad.

Hoy entendemos que innovar no consiste únicamente en desarrollar una nueva tecnología. La verdadera innovación ocurre cuando ese conocimiento consigue transformar la realidad. Para lograrlo es necesario conectar disciplinas, sectores y personas, construir alianzas internacionales y garantizar que las soluciones sean técnicamente sólidas, económicamente viables y socialmente aceptadas.

Ese es el papel que desempeñamos en BIOAZUL. Participamos en proyectos nacionales e internacionales que abordan desafíos como la escasez de agua, la transición agroalimentaria, la economía circular o la adaptación al cambio climático. Más allá de los proyectos, nuestro objetivo es convertir el conocimiento en soluciones que mejoren la vida de las personas y contribuyan a la transformación sostenible de los territorios.

A lo largo de vuestra trayectoria habéis participado en proyectos europeos y de investigación en relación a la economía circular de recursos hídricos. ¿Cómo ha evolucio-



nado BIOAZUL y en qué líneas trabaja actualmente?

Nuestra evolución ha ido de la mano de la propia evolución de la innovación en Europa. Hace dos décadas el foco estaba principalmente en desarrollar nuevas tecnologías; hoy sabemos que, para responder a desafíos tan complejos como el cambio climático, la escasez de agua o la transición agroalimentaria, es necesario adoptar un enfoque mucho más integrado.

Nuestra participación en más de 85 proyectos europeos nos ha demostrado que la innovación solo genera impacto cuando sus resultados son implementados por empresas, administraciones o ciudadanía. Por eso hemos evolucionado hacia un modelo de consultoría que acompaña todo el proceso de innovación, facilitando la colaboración entre actores diversos y la transferencia efectiva del conocimiento. Esta evolución también nos ha llevado a reforzar ámbitos para lograr una innovación más inclusiva y con mayor impacto social.

Nuestro objetivo final es contribuir al desarrollo de territorios más resilientes, capaces de adaptarse a los retos ambientales, sociales y económicos del futuro. Para lograrlo, trabajamos conectando ciencia, innovación, políticas públicas y sociedad, convencidos de que solo desde esa colaboración es posible construir soluciones sostenibles con un impacto duradero.

El agua es uno de los grandes retos sostenibles, especialmente en Andalucía, donde la sequía cada vez es más frecuente. ¿Qué papel juegan empresas como BIOAZUL en la búsqueda de soluciones sostenibles?

Andalucía es uno de los territorios europeos donde mejor se refleja la necesidad de adoptar una visión integrada de la gestión de los recur-

sos. La sequía no afecta únicamente al agua; tiene consecuencias sobre la producción agrícola, el consumo energético, la conservación de los ecosistemas y, en definitiva, sobre la resiliencia del territorio. En este contexto cobra especial importancia el nexo WEFE, una forma de abordar la sostenibilidad que promueve soluciones capaces de generar beneficios en todas estas dimensiones y evita que resolver un problema genere otro.

En BIOAZUL aplicamos esta visión en muchos de nuestros proyectos. Un buen ejemplo es el piloto que lideramos en La Axarquía dentro del proyecto P2Green, donde trabajamos junto a agricultores, gestores del agua y empresas para demostrar cómo el uso de agua regenerada y herramientas inteligentes de fertirrigación pueden optimizar el consumo de agua y nutrientes en cultivos de alto valor como el aguacate y el mango. El objetivo va más allá de la reutilización del agua: buscamos una agricultura más eficiente, resiliente y respetuosa con los recursos naturales.

Creemos que ese es el camino que debe seguir Andalucía: combinar innovación tecnológica, colaboración entre los actores del territorio y una visión sistémica

que permita gestionar agua, agricultura, energía y medio ambiente como partes de un mismo sistema. Porque los retos del agua ya no pueden resolverse desde una única perspectiva.

En los últimos años se está impulsando el avance hacia la optimización del agua en sectores agrícolas o industriales. ¿Qué avances y beneficios destacarías y qué dificultades siguen existiendo para su implantación?

En los últimos años hemos visto avances muy importantes, tanto en tecnologías de reutilización y recuperación de recursos como en herramientas digitales para optimizar la gestión del agua. Paralelamente, las Soluciones Basadas en la Naturaleza están adquiriendo un papel protagonista, complementando las infraestructuras convencionales mediante la restauración de ecosistemas, la agricultura regenerativa o la infraestructura verde para aumentar la resiliencia frente al cambio climático.

Sin embargo, probablemente el mayor reto ya no sea innovar, sino conseguir que la innovación sea aplicada. Existen excelentes soluciones técnicas que nunca llegan a implantarse porque encuentran barreras regulatorias, económicas o incluso sociales. La confianza se ha convertido en un elemento clave. Las administraciones, las empresas y los usuarios necesitan garantías sobre el funcionamiento, la calidad y el impacto de las nuevas soluciones.

BIOAZUL colabora con universidades, organismos públicos e instituciones internacionales en proyectos de innovación. ¿Qué importancia tiene esta cooperación entre ciencia, empresas e instituciones en el desarrollo de soluciones reales?

Para nosotros la innovación es, ante todo, un proceso compartido. Las mejores soluciones rara vez nacen únicamente en un laboratorio; suelen surgir cuando investigadores, empresas, administraciones, agricultores, usuarios y ciudadanía trabajan conjuntamente desde las primeras fases del proyecto.

Por eso damos tanta importancia a la innovación social y a los procesos de cocreación. A través de metodologías participativas, Living Labs o herramientas de gobernanza ayudamos a construir soluciones que responden a necesidades reales y que cuentan con el respaldo de quienes posteriormente deberán implementarlas.

La experiencia adquirida en proyectos como BONEX o en el Living Lab de La Axarquía nos ha demostrado que involucrar a los actores del territorio desde el principio mejora la calidad de las decisiones, facilita la transferencia del conocimiento y aumenta considerablemente las posibilidades de éxito de las soluciones desarrolladas. Porque la innovación no consiste únicamente en desarrollar buenas ideas, sino en construir los consensos necesarios para hacerlas realidad.

Para terminar, de cara al 2026, ¿cuáles son los principales retos y objetivos de BIOAZUL en términos de sostenibilidad, innovación y gestión eficiente del agua?

Creo que la innovación europea será cada vez más colaborativa, transversal y más orientada al impacto. Los desafíos que afrontamos exigen integrar ciencia, tecnología, políticas públicas y participación social dentro de una misma estrategia. También veremos una mayor importancia de aspectos que hace unos años apenas se consideraban, como la igualdad de género, la aceptación social de las innovaciones, la explotación de resultados o la transferencia efectiva del conocimiento. Innovar significará no solo desarrollar mejores soluciones, sino garantizar que generan beneficios reales para las personas y para los territorios.

Queremos seguir siendo un socio estratégico para aquellas organizaciones que entienden la innovación como una herramienta para afrontar los grandes retos ambientales y sociales. Creemos que el futuro pasa por conectar conocimiento, personas y territorio para construir soluciones que impulsen una gestión del agua más sostenible, resiliente e inclusiva.





Auxiliadora Vecina: “Contamos con un sistema agroalimentario que demuestra día a día que se puede ser sostenible y competitivo a la vez”



ENTREVISTA

AUXILIADORA VECINA
DIRECTORA DE
INTELIGENCIA
ESTRATÉGICA DE
ECOVALIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Ecovalia lleva más de tres décadas impulsando la producción ecológica en España. ¿Cómo surge la asociación y qué necesidad detectasteis para promover este modelo de producción?

Ecovalia nace para acompañar a aquellos profesionales aventureros que iniciaban una actividad innovadora, respondiendo a unos consumidores preocupados por su salud y la del medio ambiente y convencidos de que otro modo de producir era posible. Estaba todo por hacer. Al principio, la formación ocupó un lugar muy destacado en nuestro quehacer: con las primeras ayudas a la producción ecológica fueron muchos los que se animaron a convertir sus fincas, pero no sabían cómo hacerlo. En aquel momento, toda la bibliografía

era anglosajona y no existía formación reglada en producción ecológica. Gracias a los agricultores y ganaderos pioneros, que compartieron altruistamente su conocimiento, muchos otros se unieron al sector. No mucho después llegaron las colaboraciones con las universidades, la edición de material divulgativo, los proyectos de I+D+i y, cómo no, la promoción.

En estos últimos años, la producción ecológica ha experimentado un importante crecimiento. ¿Cómo ha evolucionado Ecovalia y cuáles son actualmente sus principales líneas de actuación?

Del mismo modo que el sector ha madurado, Ecovalia también lo ha hecho. Hoy no solo mantenemos nuestra actividad original, sino que, en un momento geopolítico como el actual, en el que nada permanece por mucho tiempo, debemos estar preparados para el cambio. Por eso hemos fortalecido especialmente nuestra actividad de incidencia política, no solo a nivel nacional, sino también internacional, con una nueva sede en Bruselas.

Andalucía se mantiene como una de las comunidades

líderes en producción ecológica, tanto por superficie como por número de operadores. ¿Qué factores han permitido este posicionamiento y cuáles son los principales retos para seguir creciendo?

Sin duda, han sido varios factores. Andalucía cuenta con unas condiciones agroclimáticas que nos permiten producir de un modo sostenible. Además, el sector ecológico andaluz siempre ha sido pionero a nivel nacional: fuimos los primeros en contar con un organismo de control y certificación para la producción ecológica en España, los primeros en tener un Plan Estratégico respaldado por la Junta y ahora hemos vuelto a serlo con LIPESA, la Ley de Impulso de la Producción Ecológica. Todo ello, sin olvidar el empuje de las ayudas de la PAC. El resultado es que Andalucía es hoy la comunidad autónoma con mayor

superficie ecológica, 1,45 millones de hectáreas, casi el 50 % de la superficie nacional certificada y más del 30 % de su SAU.

El reto para seguir creciendo es, sin lugar a dudas, fortalecer el consumo interno. Andalucía tiene un gasto en compra ecológica de 62 € per cápita, por debajo de la media nacional y muy lejos de la de otros países europeos: Francia casi triplica la cifra española.

En un contexto marcado por la sostenibilidad y el cambio en los hábitos de consumo, ¿cómo valora la situación actual del sector ecológico en España y qué desafíos considera prioritarios para fomentar una demanda estable?

Según la propia Comisión Europea, la producción ecológica es un sistema sostenible de producir alimentos y, además, el único que cuenta con una norma pública común para todos los Estados miembros. Hoy día, el papel relevante que la producción ecológica ejerce sobre la sociedad es indudable. Los consumidores cada vez muestran más interés por los temas ambientales y por considerar criterios ambientales en sus compras. El consumo mundial de alimentos ecológicos sigue creciendo, pero, con 3.250 millones €, el mercado español está aún muy por debajo del de sus vecinos. En este contexto, la compra pública puede jugar un papel decisivo: hemos comprobado en otros territorios europeos que, cuando la compra pública lidera la transición, el mercado privado la sigue.



Ecovalia trabaja con agricultores, ganaderos, empresas, administraciones públicas y entidades del sector para impulsar la producción ecológica. ¿Qué importancia tiene esta colaboración para consolidar un modelo agroalimentario más sostenible y competitivo?

Tiene toda la importancia. Esta colaboración público-privada es la que nos ha permitido llegar hasta donde estamos. El sector ecológico es innovador y proactivo por naturaleza, porque ha tenido que hacerse a sí mismo. Y ha demostrado con datos su aportación frente a los grandes retos ambientales: en biodiversidad, las fincas ecológicas albergan de media un 30 % más que sus homólogas convencionales; y en cambio climático, cuenta con reducciones de huella de carbono que pueden superar el 100% en algunos casos como el olivar y las variedades tradicionales de cereal, actuando como verdaderos sumideros. Desde hace 35 años en España contamos con un sistema agroalimentario que demuestra día a día que se puede ser sostenible y competitivo a la vez. Por eso es legítimo el reconocimiento de las administraciones hacia nuestro sector, y esta colaboración seguirá siendo la clave para consolidar un modelo agroalimentario más sostenible y competitivo.

“Seguiremos trabajando para que el liderazgo en producción se traduzca en liderazgo en consumo”

Para finalizar, ¿cuáles son los principales objetivos de Ecovalia de cara a 2026 y qué papel espera que siga desempeñando dentro de Andalucía en el desarrollo de la producción ecológica?

En plenas negociaciones del nuevo Marco Financiero, desde Ecovalia estamos poniendo de relieve la necesidad de que las ayudas de la PAC destinadas a la producción ecológica alcancen, como mínimo, los 1.000 millones de euros, y situando el relevo generacional, la innovación y el fortalecimiento del consumo interno entre los grandes retos del sector. En Andalucía, seguiremos ejerciendo el papel que hemos desempeñado siempre: acompañar a los operadores, colaborar con la administración en el desarrollo de las nuevas herramientas normativas y trabajar para que el liderazgo en producción se traduzca también en liderazgo en consumo.



ENTREVISTA

DAVID PIÑERO
GERENTE AGR BIOGÁS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
AGR Biogás es una empresa pionera en Andalucía y referente en España de producción de biometano como fuente de energía renovable y sostenible. ¿Cómo surge la empresa y qué necesidad detectasteis para apostar por este modelo energético?

El proyecto de AGR Biogás nace en el seno de una consultora de ingeniería andaluza especializada en el mundo agrario en donde, tras años de experiencia en el sector de la energía fotovoltaica, surge la idea de impulsar una iniciativa para la valorización del creciente volumen de restos orgánicos del campo andaluz. Desde esta consultora conocíamos perfectamente esta realidad y este reto por nuestra actividad durante cuatro décadas prestando servicio y asesoramiento al sector primario andaluz.

En ese momento vislumbramos una oportunidad vinculada al biogás, ya que era una actividad que aunaba la generación de una energía renovable con una conexión muy fuerte con el mundo agroganadero, por lo que abogamos en un principio por la producción de biogás y en los últimos años, con una tecnología más avanzada, por el desarrollo de plantas de biometano, un gas verde listo para su consumo e inyectable a la red de distribución.

Empezamos por Andalucía y a medida que íbamos creciendo y sumando a otros socios adquirimos más músculo y capacidad para ampliar los horizontes de nuestra actividad con el despliegue de más de una veintena de proyectos en Andalucía y también fuera de la comunidad. Actualmente somos líderes y referentes en Andalucía y somos una firma de reconocido prestigio a nivel nacional.

Andalucía cuenta con un importante potencial en sectores que generan una gran cantidad de residuos orgánicos aprovechables. ¿Qué oportunidades ofrece la comunidad para el desarrollo del biometano y cómo influye en la transición energética?

Andalucía es una de las comunidades con más potencial de desarrollo para el sector del biometano debido al peso e importancia del sector agroalimentario, uno de los principales motores de su economía. En casi todas las actividades de este sector se generan restos orgánicos que son susceptibles de ser aprovechados y que actualmente no están siendo utilizados. Con el biogás ofrecemos una segunda vida a estos restos al obtener energía limpia de toda esta materia orgánica que es desechada por el mundo agro.

El papel del biometano en la transición energética es clave, ya que con el potencial de materia prima existente en Andalucía, podemos aspirar a generar el 50% del gas que se consume actualmente en nuestra región, lo que fomentaría la autonomía energética y disminuiría la dependencia del



exterior, con lo que supone de estabilidad para los precios y de garantía del abastecimiento.

AGR Biogás acaba de poner en marcha en La Calahorra (Granada) la primera planta de biometano de Andalucía conectada a la red general de gas. ¿Qué supone alcanzar este hito y por qué puede marcar un antes y un después para el sector energético andaluz?

Es un orgullo tener ya operativa esta planta en Granada produciendo el primer gas verde de Andalucía inyectado a la red y listo para su consumo por parte de industria y hogares, lo que supone todo un avance histórico en las renovables en la comunidad. La planta de La Calahorra se convierte así en referencia y escaparate y estoy convencido en que abrirá el camino para el desarrollo futuro del sector.

Este proyecto marca también una nueva forma de gestionar los restos orgánicos de nuestra tierra, así como una forma nueva de producción y suministro local de gas verde autóctono que reduce la dependencia energética de otros países y avanza en la descarbonización de la economía.



David Piñero: “Queremos consolidarnos como empresa referente a nivel nacional en la producción de gas verde”

Esta es la primera planta que produce gas renovable a partir de restos agrícolas y ganaderos, convirtiendo residuos en recurso energético. ¿Qué impacto espera que tenga este modelo tanto para el sector primario como para la economía circular en Andalucía?

El impacto será positivo en un futuro y será el primero de muchos proyectos que verán la luz en un futuro próximo, puesto que será una realidad que acabará imponiéndose. Disponemos de todos los elementos para ello: la materia prima en forma de restos orgánicos y el reto ambiental de mejorar su gestión, así como mejorar la producción de fertilizantes orgánicos autóctonos por los que la propia UE está abogando.

Para el sector primario somos una solución para mejorar la gestión de los restos de su actividad y para la economía circular somos un proyecto redondo con múltiples beneficios. Las plantas de biometano son un equipamiento ambiental necesario que formarán parte próximamente del sistema energético andaluz, dentro de una transición inaplazable que nos exige promover más fuentes de energía renovable y verde.

En los últimos años se ha acelerado el desarrollo de proyectos de biometano en España en un mercado cada vez más competitivo, ¿qué diferencia a AGR Biogás de otros proyectos y cuáles han sido los principales retos que habéis encontrado para consolidaros como referentes en España actualmente?

El ritmo de desarrollo de los proyectos de biometano en España y Andalucía es ínfimo en comparación con la velocidad del entorno europeo, donde ya están operativas miles de plantas y en España apenas tenemos más de una veintena y en Andalucía solo una en funcionamiento, nuestra planta de La Calahorra, y ni siquiera ninguna en

construcción, aunque sí muchas en la fase de proyecto. Una situación que lamentamos ya que estamos desaprovechando una oportunidad histórica para generar energía limpia y circular y dar una mejor respuesta al tratamiento de los abundantes restos de la agroganadería de nuestra tierra y que ahora se encuentran infrutilizados.

“En La Calahorra trabajamos una nueva forma de gestionar los restos orgánicos de nuestra tierra”

Lo que diferencia a AGR Biogás del resto es que fuimos pioneros y pensamos anticipadamente en la apuesta por el biometano y en su futuro y beneficios, antes incluso de que existiera interés por este sector, porque estábamos convencidos de su potencial y éramos conocedores de los problemas del campo andaluz relacionados con los restos que generaba y a los que, con nuestros proyectos, damos una solución, además de producir esa energía local con recursos propios.

Entre los retos principales está, sin duda, el ambiental, la lucha contra el cambio climático y la reducción de emisiones, nuestra plantas dejan una huella de carbono negativa, por ejemplo, en las instalaciones de La Calahorra propiciamos la mitigación de 23.000 toneladas de gases de efecto invernadero, el equivalente a la plantación de más de 900.000 árboles.

Para finalizar, con este hito ya alcanzado, ¿cuáles serán los próximos objetivos de AGR Biogás y qué papel os gustaría desempeñar en el desarrollo del biometano a nivel nacional y regional?

Nuestro objetivo es seguir impulsando la construcción de nuevas plantas de biometano, tanto en Andalucía como en el resto de España, donde también tenemos en nuestros planes el desarrollo de muchos proyectos. El propósito es consolidarnos como empresa referente a nivel nacional en la producción de gas verde, orgullosos siempre de nuestro sello andaluz y de ser pioneros en un sector como el biometano que, más pronto que tarde, se configurará como una palanca estratégica en la transición energética y en la descarbonización de la economía.



ENTREVISTA

ATARFIL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Atarfil es una empresa especializada en soluciones de contención segura mediante geomembranas para sectores como el agua, los residuos o la minería. ¿Cómo surge la compañía y qué necesidad detectasteis para impulsar este modelo de ingeniería ambiental?

Atarfil lleva casi tres décadas dedicada a una idea tan sencilla como exigente: proteger lo que importa. Desde sus geomembranas de contención segura, la compañía protege el agua y el suelo en actividades como la gestión del agua, los residuos o la minería.

Nuestra empresa nació como fabricante de geomembranas, pero el origen real está en una convicción que resume nuestra filosofía: la mejor forma de proteger el medioambiente es evitar que falle lo que lo protege. Detectamos que muchas actividades imprescindibles para la sociedad, como la gestión de residuos, la minería o el almacenamiento de agua, conviven con un riesgo que casi nunca se ve: si la contención falla, el daño al agua y al suelo puede durar décadas.

Nuestra respuesta fue poner el conocimiento técnico al servicio de esa prevención, entendiendo que la calidad, más que un acabado, es una forma de anticiparse al problema. Con los años hemos evolucionado de fabricantes a lo que hoy llamamos el Ecosistema Global de la Contención Segura: una plataforma presente en más de 50 países donde convergen producto, ingeniería, innovación y soporte para que la contención, sencillamente, no falle.

La sostenibilidad forma parte de Atarfil desde hace más de 25 años. ¿Cómo ha evolucionado este compromiso y cuáles son actualmente las principales líneas de actuación en materia de innovación y protección ambiental?

La sostenibilidad no es algo que hayamos añadido: forma parte de cómo trabajamos desde el principio. Lo que ha cambiado es la profundidad con la que la abordamos. En innovación, hemos desarrollado soluciones propias, como fórmulas con antioxidantes o un enfoque adaptado a cada proyecto, que alargan la vida útil de las instalaciones y reducen el riesgo real para quien las utiliza. Innovar, para nosotros, no es añadir, es prevenir lo que otros tendrán que corregir.

En paralelo, hemos dado un paso que consideramos clave: no limitarnos a hablar de los beneficios de nuestras soluciones, sino medir y valorar su impacto real y asumir también, con transparencia, nuestra propia huella industrial. Esa coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos es la que un auditor externo e independiente ha confirmado al certificarnos como empresa B Corp™. Es importante el matiz: no hemos cambiado lo que hacemos para obtener una certificación, hemos auditado lo que ya éramos.

Vuestras geomembranas están diseñadas para prevenir la contaminación y proteger recursos tan valiosos como el agua o el suelo. ¿Qué papel desempeñan este tipo de soluciones dentro de la economía circular y la adaptación

Atarfil: “Consideramos que la mejor forma de proteger el medioambiente es evitar que falle lo que lo protege”



al cambio climático?

Nuestras geomembranas cumplen una función discreta pero decisiva: contener. En un vertedero o en una mina evitan que los lixiviados, esa mezcla de contaminantes que se genera con el tiempo, alcancen el suelo y

las aguas subterráneas. En clave de economía circular, esa contención es precisamente lo que hace posible gestionar residuos y recursos de forma segura, sin trasladar el problema al entorno.

En adaptación al cambio climático, el papel es igual de concreto:

en regiones con estrés hídrico, las balsas impermeabilizadas permiten almacenar agua evitando pérdidas, algo esencial para sostener la agricultura y la vida en el medio rural. Por eso entendemos nuestro trabajo como una forma de prevención: contener el riesgo hoy es proteger, mañana, los recursos, los ecosistemas y sobre todo a las personas que dependen de ellos.



Cuando la contención funciona, nadie lo nota. Pero si falla, todo el entorno lo sufre. Por eso entendemos nuestro trabajo como una forma de prevención: contener el riesgo hoy es proteger recursos, ecosistemas y personas mañana.

Andalucía cuenta con una importante actividad en sectores en los que colaboráis para mejorar. ¿Qué oportunidades ofrece la comunidad para seguir desarrollando soluciones que contribuyan a una gestión más sostenible del agua y los residuos?

Andalucía concentra muchos de los retos para los que trabajamos: una agricultura potente que depende del agua, un contexto de escasez hídrica cada vez más exigente y una larga trayectoria tanto en gestión ambiental como en actividad extractiva. El agua es, por su urgencia, donde más se nos ve, pero no es el único frente: en la región participamos también en proyectos mineros de referencia y en la impermeabilización de vertederos, donde nuestras geomembranas cumplen esa misma función de contener lo que no debe escapar al suelo ni a las aguas subterráneas.

Todo eso convierte a la comunidad en un espacio con enorme recorrido. Para nosotros tiene, además, un componente de cercanía: mantenemos una relación estrecha con el tejido técnico y académico de la región, que nos ayuda a seguir innovando con rigor y a validar lo que hacemos. Vemos Andalucía no solo como un mercado, sino como un lugar donde demostrar algo en lo que creemos: proteger los recursos y ser competitivos no están reñidos, sino que se refuerzan.

“Entendemos nuestro trabajo como una forma de prevención: contener el riesgo hoy es proteger recursos, ecosistemas y personas mañana”

Para finalizar, de cara a los próximos años, ¿cuáles son los principales objetivos de Atarfil y qué papel espera seguir desempeñando la compañía en el desarrollo de soluciones sostenibles?

Nuestro objetivo es consolidarnos como el ecosistema de referencia en contención segura, sin perder lo que nos define: innovar para prevenir y responder con el mismo estándar técnico en cualquier parte del mundo. Queremos seguir midiendo y demostrando el impacto positivo de nuestras soluciones, porque creemos que la sostenibilidad real se verifica, no se declara.

En ese sentido, la certificación B Corp no es una meta alcanzada, sino un compromiso de mejora continua que nos obliga a revisarnos año tras año. Y por encima de todo, queremos seguir fieles a nuestro propósito: proteger lo que importa. Ese es, al final, el papel que aspiramos a desempeñar en un desarrollo verdaderamente sostenible, el de una empresa que cuida, que actúa con excelencia y que responde cuando de verdad hace falta.



Alejandro Costa: “El futuro dependerá de nuestra capacidad para reconocer y conservar el valor de los recursos existentes”



ENTREVISTA

ALEJANDRO COSTA
CEO ÉXXITA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Éxxita se fundó en 2004 y se ha convertido en un referente de economía circular. ¿Cómo surge este proyecto y qué necesidad detectasteis para impulsarla?

Éxxita nació hace más de veinte años con una convicción muy sencilla: el mayor desperdicio no siempre está en los materiales, sino en el valor que dejamos escapar por no saber reconocerlo.

Cuando comenzamos, hablar de economía circular era casi una rareza. Nosotros no partimos de una moda, sino de una necesidad. Veíamos cómo miles de equipos tecnológicos terminaban su vida útil cuando todavía conservaban gran parte de su valor. Y entendimos que el verdadero reto no era gestionar mejor los residuos, sino replantear el sistema que los generaba.

Con el tiempo comprendimos que esa misma lógica era aplicable a las personas, a las organizaciones y a los territorios. La economía circular no consiste únicamente en reutilizar recursos; consiste en construir modelos capaces de aprovechar mejor el talento, el conocimiento y las oportunidades que ya existen.

Hoy seguimos trabajando con la misma idea con la que empezamos: demostrar que es posible generar valor económico, social y ambiental al mismo tiempo.

Con el tiempo Éxxita se ha centrado más en la reutilización, la trazabilidad y la economía circular. ¿Cómo se integra esto en la evolución energética y cómo se traduce el cambio en el día a día de la empresa?

La transición energética y la economía circular son dos caras de una misma transformación.

No podemos hablar de energías renovables si no somos capaces de gestionar de forma responsable los materiales que hacen posible esa transición. Cada batería, cada panel solar o cada equipo electrónico tiene detrás una enorme cantidad de recursos, energía y conocimiento.

Por eso hemos evolucionado

desde una visión centrada en el residuo hacia otra centrada en el ciclo completo de vida de los productos. La reutilización, la trazabilidad y la digitalización nos permiten conocer qué ocurre con cada equipo y tomar decisiones que prolonguen su vida útil siempre que sea posible.

En nuestro día a día esto significa algo muy concreto: antes de preguntarnos cómo reciclar un producto, nos preguntamos cómo evitar que se convierta en residuo.

Ese cambio de enfoque transforma completamente la manera de trabajar.

En el último año Éxxita ha impulsado uno de los mayores proyectos de reciclaje de placas solares en España. ¿Cómo surge esta iniciativa y qué papel puede jugar en el futuro de la economía circular aplicada a energías renovables?

Las energías renovables representan una enorme oportunidad para avanzar hacia un modelo más sostenible, pero también plantean nuevos desafíos.

Las primeras generaciones de paneles solares están llegando al final de su vida útil y debemos estar preparados para gestionarlas correctamente.

En Éxxita vimos que no bastaba con instalar tecnología limpia; era necesario diseñar soluciones para el

final de su ciclo de vida. Esa visión nos llevó a impulsar este proyecto.

Nuestro objetivo no es únicamente recuperar materiales de alto valor. También queremos demostrar que la transición energética debe incorporar desde el principio los principios de la economía circular.

La verdadera innovación no consiste solo en producir energía limpia, sino en diseñar sistemas capaces de conservar el valor de los recursos durante el mayor tiempo posible.

La gestión de residuos electrónicos es uno de los grandes retos ambientales actuales, con un volumen creciente cada año. ¿Qué impacto tienen vuestras soluciones en la reducción de residuos y recuperación de materiales?

El residuo electrónico es probablemente uno de los mejores ejemplos de cómo una sociedad puede desperdiciar valor sin ser plenamente consciente de ello.

Cada dispositivo contiene materiales estratégicos, energía incorporada, conocimiento tecnológico y un enorme esfuerzo industrial.

Nuestra prioridad siempre es preparar esos equipos para una segunda vida cuando es técnicamente posible. Cuando no lo es, trabajamos para recuperar el máximo valor posible de sus materiales mediante procesos controlados y trazables. Pero para nosotros el impacto no se mide únicamente en toneladas gestionadas.

También se mide en emisiones evitadas, recursos preservados, empleo generado, oportunidades creadas para personas en situación de vulnerabilidad y confianza que ofrecemos a nuestros clientes mediante procesos completamente transparentes.

Al final, la economía circular consiste en conservar valor, no solo en gestionar residuos.

Andalucía se está consolidando como un territorio clave en economía circular y la inno-

vación sostenible. ¿Qué papel juega Éxxita en este contexto y qué oportunidades ofrece dentro de él?

Andalucía reúne muchas de las condiciones necesarias para convertirse en un referente europeo en economía circular. Cuenta con talento, capacidad industrial, universidades comprometidas y un tejido empresarial cada vez más innovador.

Desde Éxxita queremos contribuir a esa transformación conectando tecnología, innovación e impacto social. Creemos que Andalucía tiene la oportunidad de demostrar que la sostenibilidad no es únicamente una obligación ambiental, sino también una estrategia de competitividad, de generación de empleo de calidad y de cohesión social.

“Entendimos que el verdadero reto no era gestionar mejor los residuos, sino replantear el sistema que los generaba”

Las regiones que liderarán el futuro no serán necesariamente las que más recursos tengan, sino aquellas capaces de utilizarlos con mayor inteligencia.

Para terminar, de cara a 2026, ¿cuáles son los principales retos y proyectos en términos de innovación y crecimiento de la economía circular?

Creo que el gran reto ya no es convencer a nadie de que la economía circular es necesaria. El verdadero reto es acelerar su implantación. En Éxxita estamos trabajando para combinar inteligencia artificial, digitalización, trazabilidad y nuevos modelos de reutilización que permitan escalar soluciones con mayor impacto.

Pero, por encima de cualquier innovación tecnológica, seguimos creyendo que el cambio más importante es cultural. Las tecnologías evolucionan muy deprisa y las personas y las organizaciones necesitan comprender por qué ese cambio merece la pena.

Por eso nuestro mayor desafío no consiste únicamente en desarrollar nuevas soluciones, sino en contribuir a construir una cultura donde la economía circular deje de ser una alternativa y pase a formar parte de la forma natural de diseñar empresas, productos y territorios. Porque el futuro no dependerá únicamente de los recursos que tengamos, sino de nuestra capacidad para reconocer y conservar el valor que ya existe en ellos.





Gonzalo Gómez: “Contamos con herramientas para participar en la transición hacia una gestión del agua cada vez más resiliente y sostenible”



ENTREVISTA

GONZALO GÓMEZ
DIRECTOR GENERAL
INGEAGUA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Ingeagua está especializada en el desarrollo y gestión del ciclo integral del agua y otros servicios urbanos. ¿Cómo surge la compañía y qué necesidades detectasteis para apostar por este modelo de ingeniería y consultoría ambiental?

INGEAGUA nació en 2004 con una visión clara: optimizar la gestión del agua mediante un enfoque totalmente integral. La empresa surgió a partir de la experiencia que nuestro equipo ya acumulaba en el sector del ciclo del agua, los residuos y otros servicios urbanos. Esto nos permitió identificar las necesidades reales del mercado y diseñar una oferta de servicios medioambientales completa.

Desde el primer día hemos trabajado con empresas privadas de referencia y colaborado estrechamente con administraciones públicas, ayuntamientos y mancomunidades. Les prestamos un asesoramiento técnico, económico y jurídico que aporta una visión estratégica basada en la innovación. Nuestro objetivo es garantizar servicios urbanos eficientes, sostenibles y preparados para abordar retos clave como la digitalización o la gestión responsable de los recursos hídricos.

La gestión eficiente del agua se ha convertido en uno de los grandes retos de la sos-

tenibilidad. ¿Cómo ha evolucionado la demanda de este tipo de soluciones y qué cambios estáis observando desde Ingeagua en los últimos años?

En los últimos años hemos vivido un cambio de mentalidad: hemos pasado de una gestión puramente operativa a una estratégica y de anticipación. Antes, la demanda se centraba en solucionar problemas técnicos puntuales; hoy en día, la escasez hídrica y el cambio climático obligan a las administraciones y empresas a buscar soluciones proactivas y a largo plazo.

Desde INGEAGUA observamos tres grandes tendencias: en primer lugar, una necesidad urgente de digitalización y telecontrol para medir el consumo en tiempo real y reducir al mínimo las pérdidas de agua. En segundo lugar, un interés creciente por las auditorías y los planes directores que aseguren la viabilidad económica y técnica de las redes. Y, por último, una mayor exigencia en el cumplimiento normativo y jurídico. La sostenibilidad ya no es una opción, sino una obligación regulada y un pilar fundamental para garantizar el futuro de nuestros municipios.

Andalucía afronta desafíos relacionados con la sequía, la digitalización y la gestión del ciclo integral del agua. ¿Qué oportunidades ofrece la empresa para seguir avanzando hacia un modelo hídrico más eficiente y sostenible?

Andalucía se encuentra en un contexto especialmente exigente en materia hídrica y debe estar preparada. Desde INGEAGUA contribuimos a mejorar la eficiencia a través de cinco ejes clave.

En primer lugar, apostamos por la digitalización de la gestión mediante la incorporación de sensorica avanzada, telelectura y sistemas de control inteligente. Esto nos permite optimizar la distribución, detectar fugas con rapidez y reducir drásticamente las pérdidas en la red.

Además, impulsamos la economía circular del agua, fomentando la reutilización de aguas regeneradas y la valorización de los recursos derivados de la depuración, ofreciendo alternativas sostenibles frente a la escasez.

Otro de nuestros pilares es la innovación tecnológica. Utilizamos la modelización hidráulica y la creación de gemelos digitales, combinados con inteligencia artificial, para predecir la demanda y



gestionar de forma anticipada los episodios de sequía, reforzando la resiliencia del sistema.

También priorizamos la renovación de infraestructuras. Cambiar las redes obsoletas es vital para el ciclo del agua, pero renovarlas todas a la vez resulta inviable económicamente. Por eso realizamos análisis avanzados para identificar qué tramos son críticos y conseguir inversiones con la mejor relación coste-beneficio.

Por último, trabajamos de la mano con las administraciones públicas y los agentes sociales para diseñar estrategias conjuntas de planificación a medio y largo plazo.

En definitiva, contamos con herramientas muy concretas para participar activamente en la transición hacia una gestión del agua cada vez más resiliente y sostenible.

Ingeagua ha colaborado en iniciativas como Málaga Aqua Rural 5.0, orientadas a mejorar la eficiencia del agua y la digitalización. ¿Qué impacto cree que tendrán este tipo de proyectos en la gestión sostenible del agua en Andalucía?

Creo que este tipo de proyectos van a marcar un antes y un después en la gestión del agua en nuestra comunidad. Desde INGEAGUA hemos colaborado en distintos proyectos del PERTE de digitalización del ciclo del agua junto a entidades como GALASA, ARC-GISA, ACOSOL y la Diputación de Málaga.

En Málaga Aqua Rural 5.0 nuestra participación ha sido especialmente intensa y transversal, dando soporte en varias fases del

proyecto. Esta experiencia nos ha demostrado que el verdadero valor de la digitalización no está solo en instalar contadores o sensores, sino en mejorar la forma en la que tomamos las decisiones. El impacto real llega cuando esos datos se traducen en la detección inmediata de fugas, la anticipación de incidencias, la optimización de consumos y la priorización de las inversiones donde más se necesitan. Ahora, el gran reto es conseguir que toda esa tecnología y conocimiento se integren de forma permanente en el día a día de la gestión. Ahí es donde se medirá el verdadero éxito.

En un contexto marcado por la sequía y el cambio climático, ¿cree que existe una mayor concienciación sobre la importancia de hacer un uso responsable del agua o todavía queda camino por recorrer?

Sin duda, la concienciación sobre el uso responsable del agua ha experimentado un avance notable. Los episodios de restricciones, las campañas llevadas a cabo por entidades e instituciones tanto públicas como privadas y la incorporación de la sostenibilidad en la educación han normalizado hábitos como la reutilización del agua o hacer un uso más responsable a nivel doméstico, especialmente en las zonas más afectadas por la escasez.

Sin embargo, es importante que esta conciencia social no se relaje cuando la escasez de recursos remite, y que la sensibilización siga reforzándose en algunos aspectos donde todavía resulta insuficiente. Se requiere, por ejemplo, una mayor concienciación en los con-

sumos de tipo agrícola e industrial. Además, es necesaria una fuerte inversión para renovar y mejorar infraestructuras obsoletas con importantes pérdidas por fugas, y es imprescindible asumir que parte de esa inversión recaerá, en mayor o menor medida, sobre el usuario.

En conclusión, la sociedad ha interiorizado la importancia del agua como valor, pero el verdadero desafío reside en traducir esa conciencia en decisiones económicas y normativas coherentes y sostenidas, más allá de la reacción puntual ante episodios de sequía.

Para finalizar, de cara a los próximos años, ¿cuáles son los principales objetivos de Ingeagua y qué papel espera seguir desempeñando la compañía en la gestión sostenible del agua y los servicios urbanos?

En los próximos años, los sectores en los que trabaja INGEAGUA van a jugar un papel crucial, ya que, junto con la energía, el agua es el motor que sustenta la actividad económica, la industria, la alimentación y el abastecimiento de la población. Asimismo, la gestión de los residuos urbanos es clave como fuente de recursos circulares.

Nuestro gran objetivo para el futuro es seguir prestando un apoyo integral a los municipios para que la gestión de sus servicios mantenga los máximos estándares de calidad, eficiencia técnica y equilibrio económico. Queremos volcar toda la experiencia que hemos acumulado e implantar, como siempre hemos hecho, las tecnologías más avanzadas para asegurar un futuro sostenible para todos.



ENTREVISTA

SERGIO MARTOS
COORDINADOR DEL ÁREA
DE INGENIERÍA CIRCULAR
Y MEDIOAMBIENTE DE
GTA INGENIERÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
GTA Ingeniería desarrolla proyectos vinculados a la ingeniería, el medio ambiente y la economía circular. ¿Cómo surge este Área de Ingeniería Circular y Medio Ambiente y qué necesidades busca cubrir dentro del sector?

El origen de este área lo podemos situar en torno al año 2012, cuando GTA comenzó a trabajar de forma seria en materia de gestión de residuos. Al principio trabajábamos sobre todo en la parte de eliminación, pero muy pronto nos dimos cuenta de que ese no era nuestro sitio. No queríamos centrarnos en la eliminación, sino aportar valor. Para ello nos orientamos hacia operaciones como el reciclaje, la reutilización y la valorización.

Hoy seguimos desarrollando algunos proyectos de eliminación, porque los sistemas de gestión todavía los necesitan, pero nuestra mayor dedicación se centra en proyectos de valorización y reciclaje. Además, trabajamos en residuos, biogás, biometano y aguas residuales.

Con el agua residual ocurrió algo parecido. Dejamos de verla como un problema para entenderla como un recurso. Ese cambio de mentalidad nos llevó a integrar ambos ámbitos en una misma área para desarrollar proyectos que permitan valorizar recursos, recuperar nutrientes y medir los resultados de las soluciones de ingeniería.

En los últimos años, la economía circular se ha consolidado como una tendencia. Ustedes también ofrecéis servicios de consultoría en sistemas de gestión ¿Cómo ha evolucionado la demanda de este tipo de soluciones y qué cambios estáis observando desde GTA Ingeniería?

Sí se observan muchos cambios. La consultoría ambiental y, en particular, la economía circular, están muy presentes.

Aun así, todavía queda camino por recorrer. Todo el mundo habla de economía circular, pero muy pocos saben aplicarla realmente. Cuando llega el momento de revisar procesos para mejorar la sostenibilidad y también los resultados económicos es donde aparecen las dificultades.

La circularidad no tiene por qué suponer un coste, sino que puede convertirse en un ahorro o incluso en una fuente de ingresos, porque

Sergio Martos: “Nos adelantamos a una exigencia que terminará siendo obligatoria en la edificación”



está ligada a la eficiencia. Las empresas han avanzado, pero todavía tienen que integrar de forma efectiva la economía circular en sus procesos. Ahí es donde todavía hay pocas personas capaces de llevar esos conceptos a la práctica.

Cada vez más empresas buscan reducir su impacto ambiental sin perder competitividad. Desde vuestra experiencia, ¿cuáles son los principales retos que se encuentran a la hora de implantar proyectos de economía circular y sostenibilidad?

Sí que hay retos por delante. Algunos son mentales y otros económicos, porque toda actividad

empresarial busca rentabilidad. El gran reto es mejorar la sostenibilidad y reducir el impacto ambiental sin perder competitividad.

El primero es la inversión inicial. Implantar la economía circular exige cambiar procesos y realizar una inversión que, bien hecha, tiene un retorno económico, social y ambiental. Sin embargo, muchas empresas siguen mostrando resistencia a dar ese primer paso.

Otro reto es el marco normativo, que cambia con frecuencia y genera incertidumbre. En ese sentido, la nueva Ley de Gestión Ambiental de Andalucía busca simplificar esos procedimientos y facilitar la transición.



También es importante medir los resultados. Las empresas necesitan comprobar que la inversión genera beneficios concretos y cuantificables. Esa trazabilidad todavía tiene margen de desarrollo y es fundamental para generar confianza.

Andalucía se está consolidando como una de las regiones con mayor potencial para impulsar la economía circular y la valorización de residuos. Desde vuestra experiencia, ¿cree que las medidas y políticas actuales están facilitando realmente esta transición o todavía existen barreras que dificultan llevar estos proyectos a la práctica?

Andalucía tiene un campo de juego enorme. Es una región con un tejido agroindustrial y agrícola muy importante y una gran cantidad de recursos naturales. Todavía existen muchísimos flujos de energía, materiales y residuos que se pierden y que pueden valorizarse. Andalucía es muy rica en materia orgánica y su potencial de reutilización sigue estando muy por encima del actual.

Medidas hay que aplicarlas, aunque no es fácil. Somos muy pocas las empresas que sabemos trasladar ese concepto de economía circular a procesos reales de ingeniería e industria, porque requiere un trabajo muy especializado. Por eso contamos con un equipo multidisciplinar formado por ingenieros de distintas ramas, ambientólogos, biólogos y proyectistas.

Acompañamos a los clientes tanto en la ingeniería como en la tramitación ambiental para adaptar sus procesos y los resultados que estamos obteniendo son positivos. Es difícil, pero estamos en el sitio adecuado y hay mucho por hacer.

Recientemente, GTA Ingeniería ha firmado un convenio con URBANZ

para integrar la reducción de la huella de carbono en sus proyectos residenciales. ¿Qué supone este acuerdo y cómo puede contribuir al impulso de la economía circular?

Este convenio es muy interesante y relativamente avanzado a su tiempo, porque llegará un momento en que todas las edificaciones tendrán que certificar y asegurar la trazabilidad de su huella de carbono y ambiental desde que fueron concebidas hasta que se ponen en servicio. En ese sentido, GTA y URBANZ nos hemos adelantado a esa exigencia.

Hemos creado un sistema de auditoría, al que llamamos “pasaporte de sostenibilidad” que analiza toda la huella que genera la edificación desde que se diseña hasta que se entrega el libro del edificio. Además, se implantan medidas para que esa huella pueda llegar incluso a huella cero.

Esto nos permite incorporar criterios de economía circular desde el diseño y la construcción, porque esas decisiones son más eficientes que las acciones correctoras posteriores. Toda esa información se mide y se recoge en un pasaporte de sostenibilidad que queremos trasladar incluso a la escritura del edificio para que conste una medición real y certificada de su huella.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales objetivos de GTA Ingeniería de cara a los próximos años y qué papel espera desempeñar la ingeniería circular hacia un modelo más sostenible en Andalucía?

El futuro se antoja apasionante. GTA se estructura en tres áreas: medioambiente, donde trabajamos en tramitaciones ambientales, huella de carbono y huella hídrica; ingeniería ambiental, dedicada a la restauración de espacios degradados; e ingeniería circular, desde la que impulsamos este modelo.

Tenemos el foco puesto en el biogás y el biometano, donde ya estamos desarrollando numerosos proyectos para valorizar residuos orgánicos, generar energía renovable y aprovechar su potencial energético.

También queremos seguir avanzando en la gestión de residuos municipales, implantando líneas de proceso más modernas y eficientes que permitan acercarse a los objetivos europeos de reciclaje para 2035. Del mismo modo, impulsamos proyectos de gestión de aguas residuales para recuperar nutrientes y reducir el impacto ambiental.

Además, desde el año pasado contamos con la Cátedra de Economía Circular y Sostenibilidad de la Universidad de Huelva, donde desarrollamos investigación aplicada sobre retos como el aumento de residuos, la pérdida de biodiversidad o el aprovechamiento de los residuos orgánicos, con varios proyectos ya en marcha.



Luis Arroyo: “Hemos pasado de hablar de proyectos sobre el papel a compartir experiencias reales”

ENTREVISTA

LUIS ARROYO

DIRECTOR DEL CONGRESO
HIDRÓGENO VERDE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
El III Congreso Nacional de Hidrógeno Verde ha vuelto a situar a Andalucía como uno de los grandes referentes en torno a esta tecnología. ¿Qué balance hace de esta tercera edición?

Sobre la tercera edición, podemos decir que, a pesar de las circunstancias adversas del mes de febrero, el congreso salió adelante. En esas fechas existía un bloqueo ferroviario que impedía la circulación de trenes entre Madrid y Andalucía y unas condiciones meteorológicas muy complicadas, con intensas lluvias que llegaron a cortar carreteras. Incluso, durante los días de inauguración, la Junta de Andalucía activó una alerta que llevó al cierre de los colegios en algunas zonas debido a las precipitaciones.

A pesar de todo ello, el congreso siguió adelante y registró una gran asistencia en la actividad inaugural, llenando el Palacio de Congresos Casa Colón de Huelva. La valoración de los asistentes fue muy positiva, especialmente por la calidad de las actividades desarrolladas y por los numerosos encuentros profesionales entre empresas celebrados durante los tres días, una herramienta especialmente apreciada por los participantes.

Como organizadores, estamos muy satisfechos con esta edición que, pese a las dificultades, ha obtenido unos resultados muy positivos, tal y como reflejan tanto los datos de participación como el feedback recibido por parte de los asistentes.

El III Congreso Nacional de Hidrógeno Verde ha vuelto a situar a Andalucía como uno de los grandes referentes en torno a esta tecnología. ¿Qué balance hace de esta tercera edición?

En la primera edición nos lanzábamos al mercado como punto de encuentro empresarial del sector del hidrógeno en España. Existían otros eventos, tanto a nivel europeo como nacional, relacionados con el hidrógeno, pero no un Congreso Nacional de Hidrógeno Verde, que fue el proyecto que decidimos poner en marcha mediante una colaboración público-privada, fundamental para su éxito.

Elegimos Huelva como sede porque concentra gran parte del consumo de hidrógeno que se produce en España, especialmente en el polo químico, y acoge algunos de los principales proyectos nacionales. Además, por su climatología, disponibilidad de suelo y tejido industrial, es un lugar idóneo para el desarrollo del hidrógeno renovable.



Contamos desde el principio con el apoyo de empresas patrocinadoras y de las administraciones local, provincial y autonómica, lo que permitió consolidar el congreso. En la segunda edición trabajamos para mantener esa asistencia y esa colaboración público-privada, apoyándonos en el éxito de participación de la primera, que confirmó la necesidad de un encuentro de estas características.

En la tercera edición volvimos a registrar una altísima participación. También fueron un éxito los encuentros B2B organizados por TRADE, a través de la Consejería de Economía de la Junta de Andalucía, que facilita el contacto entre empresas del sector.

Desde que finalizó esta tercera edición ya estamos trabajando en la cuarta, con una ventaja importante: el proyecto ONUBA ya está en fase de construcción. Hemos pasado de hablar de proyectos sobre el papel a compartir experiencias reales. Esperamos que las empresas que participan en esta planta de hi-

drógeno verde puedan contar su experiencia de primera mano. Se trata del mayor proyecto de este tipo en Europa que se ha convertido en un foco de atención para todo el sector.

En esta tercera edición se han abordado cuestiones como la inversión, la regulación, la innovación tecnológica y la escalabilidad del hidrógeno verde. ¿Cuáles han sido las principales conclusiones que se extraen de estos debates?

Como Secretaría Técnica del Congreso Nacional de Hidrógeno Verde, nuestra labor se centra en la organización y coordinación del evento. La planificación del programa y las conclusiones corresponden al comité técnico, presidido por Francisco Montalbán, por lo que no me corresponde hacer una valoración sobre esos debates.

Lo que sí puedo decir es que el programa aborda aspectos clave para el desarrollo del sector, como los proyectos reales, la colaboración público-privada y la formación, a la que dedicamos la última jornada del congreso. Consideramos que contar con profesionales cualificados es fundamental para el crecimiento de esta nueva industria y para responder a las necesidades de las empresas.

También reunimos a ponentes de distintos países, como Estados Unidos, Japón, China y varios países de Sudamérica, que comparten la situación y el desarrollo del hidrógeno en sus respectivos territorios. Esa visión internacional enriquece el congreso y permite conocer durante tres días el estado del hidrógeno verde a nivel mundial.

Los asistentes valoran especialmente el programa técnico y el nivel de los ponentes. Quienes participan habitualmente en este tipo de encuentros destacan el trabajo que se realiza en el Congreso Nacional de Hidrógeno Verde de Huelva.

Andalucía continúa posicionándose como un territorio estratégico en el desarrollo del hidrógeno verde, con proyectos industriales en provincias como Huelva, Sevilla y Cádiz. ¿Qué papel juega tanto el congreso para reforzar

este liderazgo regional? Y, ¿cómo cree que influirá el Hidrógeno Verde para esta región en los próximos años?

El Congreso es tan importante para Andalucía como Andalucía lo es para el Congreso, porque la comunidad reúne muchos de los requisitos fundamentales para la producción de hidrógeno renovable.

En primer lugar, dispone de espacio para desarrollar plantas industriales. En provincias como Huelva existen zonas, especialmente en el entorno portuario y en Palos de la Frontera, con capacidad suficiente para producir la energía renovable necesaria para la electrolisis del agua.

Además, Andalucía cuenta con unas condiciones privilegiadas para generar esa energía, gracias al sol y al viento. Además, en Huelva, ya existe un importante consumidor de hidrógeno. Producir cerca de quien lo va a utilizar reduce costes y facilita el desarrollo de esta industria.

Por otro lado, el Congreso ha servido para situar a Huelva y a Andalucía en el mapa del hidrógeno. Hace cuatro años muchas empresas no situaban la provincia y hoy la consideran un posible hub energético para Europa.

Este impulso también responde al contexto internacional. La guerra de Ucrania y la dependencia energética de terceros países evidenciaron la necesidad de avanzar hacia una mayor autonomía energética. A ello se suman las políticas europeas de descarbonización, que están impulsando a las empresas a apostar por el hidrógeno renovable, como ha hecho, por ejemplo, Moeve.

En definitiva, el Congreso ha contribuido a posicionar a Huelva en el mapa y Andalucía reúne las condiciones necesarias para convertirse en el gran hub energético de Europa.

Para finalizar, de cara a 2027 y ese cuarto congreso que consolida su carácter anual, ¿qué objetivos y líneas estratégicas planteáis ante esta próxima convocatoria?

Nuestra principal vocación es consolidar el Congreso como el gran punto de encuentro empresarial del sector del hidrógeno en España. Igual que el turismo tiene FITUR o la tecnología tiene el World Mobile Congress, queremos que Huelva sea la cita anual de referencia para el sector del hidrógeno.

Tras tres ediciones, afrontamos la cuarta con el claro objetivo de seguir creciendo en internacionalización. Aunque siga llamándose Congreso Nacional de Hidrógeno Verde, cada año aumenta la presencia de asociaciones internacionales, congresistas extranjeros y empresas expositoras. En la última edición contamos con cuatro stands de China y, actualmente, estamos trabajando con numerosas empresas de fuera de Europa interesadas en participar y presentar sus servicios y productos.

Nuestro objetivo es convertir este encuentro en un referente no solo nacional, sino también internacional para el sector del hidrógeno.

Tiene mucho sentido que se celebre en Huelva y, además, muchos participantes repiten edición tras edición, lo que demuestra que el Congreso tiene continuidad. El desarrollo de proyectos como el de Moeve y la llegada de nuevas empresas proveedoras de ingeniería, tecnología y servicios seguirán impulsando esta industria y reforzarán el Congreso como un espacio donde generar oportunidades de negocio.





Rafa Muela: “Tenemos un altavoz capaz de llegar a cualquier rincón y a lo más profundo de los corazones”

ENTREVISTA

RAFA MUELA
FOREVER GREEN.
GERENTE DE LA
FUNDACIÓN REAL
BETIS BALOMPIÉ

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Forever Green, impulsada por la Fundación del Real Betis Balompié, se ha convertido en un referente en el ámbito de la sostenibilidad dentro del deporte. ¿Cómo nace este proyecto y qué objetivo principal buscaba en sus inicios?

El comienzo del proyecto viene de casualidades. En este caso, de Green Earth, el patrocinador que teníamos en nuestra camiseta. Se dedicaban a generar créditos de carbono a través de bosques en Costa Rica y nos enlazó con Naciones Unidas, con el programa de lucha contra el cambio climático Climate Neutral Now. Gracias a la mutua interacción, observamos las posibilidades que un club de fútbol podía ejercer en materia de lucha contra el cambio climático.

Tanto es así que, el Real Betis, fue el primer club del mundo en sumarse a la iniciativa Climate Neutral Now. Lo anunciamos en un día de partido, y ahí nos concienciamos del enorme papel que podíamos cumplir para ayudar a salvar el planeta desde nuestra posición privilegiada de club de fútbol.

Además, como club intentamos corresponder a todas las emergencias y problemáticas sociales a las que se enfrenta nuestra ciudad y el mundo. Era algo que encajaba perfectamente con el Real Betis, mucho más allá de las coincidencias de colores con la causa climática.

Forever Green ha desarrollado múltiples campañas y acciones vinculadas a la concienciación ambiental, algunas de ellas con gran impacto internacional. ¿Cómo ha evolucionado el proyecto en estos últimos años y qué tipo de iniciativas estáis impulsando actualmente?

La evolución del proyecto tiene muchísimo que ver con aprender en una materia en la que no teníamos experiencia ni conocimiento.



Tenemos que agradecer a nuestros aliados en el camino del aprendizaje, que han formado parte de redes y trabajo conjunto. Los proyectos europeos también nos han permitido probar y ver qué tal funcionan en todos los sentidos. Tanto al interno del club para, de alguna forma, minorar nuestro impacto medioambiental, pero también al externo para ver cómo somos capaces, desde nuestra posición, de cambiar la manera de hacer las cosas en la sociedad y cómo mejorar cómo convivimos con el planeta.

Todo este aprendizaje nos ha dotado de conocimiento y de una red de trabajo que permite mayor eficacia en nuestra gestión, aunque somos conscientes de que queda mucho camino por recorrer.

El proyecto siempre se ha basado en la experimentación y en la valentía de poner en marcha iniciativas sin garantías de éxito pleno, convencidos de que el proceso es tan importante como el resultado. Desde la honestidad, compartimos tanto nuestros éxitos como los errores, con el fin de facilitar el camino a otras entidades que se inician en este ámbito.



Andalucía es una comunidad vulnerable a los efectos del cambio climático, pero también con potencial en iniciativas de sostenibilidad y concienciación social. ¿Cómo contribuye Forever Green, desde el deporte y desde el Real Betis, a reforzar esa cultura ambiental e impacto real en la ciudadanía de la región?

Andalucía es una de las regiones más expuestas a los efectos del cambio climático. La escasez de agua, el aumento de las temperaturas o la conservación de nuestro patrimonio natural son retos que forman parte de la realidad de los andaluces. Como club nacido en Andalucía, en el Real Betis entendemos que tenemos la responsabilidad de contribuir a afrontarlos y de impulsar una cultura ambiental cada vez más sólida en nuestra comunidad.

Somos conscientes de que el fútbol nos da un altavoz único. A través de Forever Green queremos utilizar esa capacidad de influencia para concienciar, inspirar y movilizar a la ciudadanía andaluza, siempre desde la coherencia: trabajando primero para reducir nuestro propio impacto y demostrando que



cualquier organización, institución o persona puede formar parte del cambio. Creemos que Andalucía tiene un enorme potencial para convertirse en un referente en sostenibilidad. Desde Forever Green queremos contribuir a acelerar ese camino, uniendo a administraciones, empresas, entidades sociales y aficionados en torno a un objetivo común: que la fuerza del deporte sirva para generar un impacto ambiental y social real y duradero en nuestra tierra.

Recientemente, dentro de Forever Green, el Real Betis ha anunciado la apertura de un concurso para que la ciudadanía participe en el diseño conceptual de la próxima camiseta sostenible del club. ¿Qué importancia tiene este tipo de acciones participativas a la hora de implicar a la sociedad andaluza en la sostenibilidad y en la concienciación medioambiental?

Nuestra experiencia nos confirma que la implicación aumenta al hacer participe a la sociedad en la búsqueda de soluciones. Por ello, llamamos a la ciudadanía a colaborar con el club y la Fundación en la definición de las problemáticas que abordaremos en la próxima temporada de Forever Green.

Buscamos construir una historia colectiva que nos permita concienciar sobre temas en los que aún no hemos trabajado, marcando así nuestra hoja de ruta anual. Entendemos que nuestra visión sería incompleta si no incorporamos las opiniones de todos los actores sociales. Este proceso de participación invita a la reflexión, permitiendo que cada persona plantee desde su hogar las preocupaciones ambientales que más le afectan.

Esas visiones se plasmarán en un elemento tan significativo para nosotros como es la camiseta del partido Forever Green, tras cinco años de trayectoria del proyecto.

“Estamos convencidos de que la suma de esfuerzos individuales es capaz de alcanzar retos enormes”

Nuestro objetivo es que, juntos, logremos contar una historia que movilice a la sociedad y nos impulse hacia una convivencia más responsable con nuestro planeta y el entorno que compartimos.

En esta última temporada, con el buen rendimiento del Real Betis Balompié y su participación en competiciones europeas, la afición está más animada. ¿Han observado alguna relación entre este rendimiento deportivo y el nivel de implicación de la ciudadanía en las iniciativas de la Fundación?

Los resultados deportivos influyen indudablemente en la percepción de nuestro entorno. El excelente rendimiento actual y la participación del Real Betis Balompié en la Champions League generan una ilusión colectiva que, lógicamente, aumenta la receptividad de los aficionados hacia temáticas que trascienden el ámbito estrictamente deportivo.

No obstante, somos conscientes de que el respaldo y la cercanía de los aficionados son constantes, independientemente de los resultados. El beticismo entiende y se enorgullece del rol social del club más allá del terreno de juego.

Aun así, la Champions League actúa como un altavoz privilegiado. Este escenario global y atractivo nos permite proyectar con mayor alcance nuestra labor social y medioambiental. La combinación de esta suma de circunstancias y el entusiasmo de la afición nos permite comunicar nuestro compromiso con mucha más fuerza.

Para finalizar, ¿cuáles son los próximos pasos de Forever Green y de la Fundación Real Betis Balompié en 2026 en materia de sostenibilidad, innovación y expansión del proyecto?

Más allá del concurso de la camiseta, cuya resolución es nuestra prioridad inmediata para este verano, afrontamos retos fundamentales durante el 2026. Entre ellos, destaca el diseño y construcción del nuevo estadio, proyecto que integra un importante componente de sostenibilidad.

Asimismo, continuaremos participando en iniciativas europeas como Clean Air Champions League. Esta colaboración con otros clubes nos permite analizar el impacto de los grandes eventos en la calidad del aire, evaluando cómo este factor influye tanto en nuestra calidad de vida como en el rendimiento de los deportistas. Todo este trabajo es posible gracias a la financiación europea obtenida para estos proyectos.

En definitiva, estos son nuestros ejes prioritarios, sin perder de vista nuestro compromiso constante con el entorno. Mantenemos nuestro radar activo para identificar nuevas oportunidades de valor, tanto en el ámbito medioambiental como en el social.



ENTREVISTA

ISABEL MARTÍNEZ

PLANT MANAGER DE LA
FÁBRICA DE LINARES.
SONAE ARAUCO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

SONAE ARAUCO es una compañía especializada en la fabricación de tableros derivados de la madera y soluciones para la industria del mueble y la construcción. ¿Cómo surge la empresa y qué necesidades busca cubrir dentro del sector?

Sonae Arauco nace en 2016 como una joint venture entre el grupo portugués Sonae Indústria y la chilena Arauco, combinando décadas de experiencia industrial, conocimiento forestal y capacidad de innovación.

Desde sus inicios, la compañía ha tenido como objetivo dar respuesta a una necesidad clave del sector: ofrecer soluciones derivadas de la madera que combinen alto rendimiento técnico, diseño y sostenibilidad, desarrolladas específicamente para la industria del mobiliario, el diseño de interiores y la construcción.

En este contexto, la empresa desarrolla soluciones de madera distribuidas en más de 60 países, que combinan de forma equilibrada altas prestaciones técnicas con sólidas credenciales ambientales, en línea con las crecientes exigencias de sostenibilidad del sector.

La sostenibilidad y la economía circular forman parte de la estrategia de SONAE ARAUCO desde hace años. ¿Cómo ha evolucionado este compromiso y cuáles son actualmente las principales líneas de actuación?

La sostenibilidad ha sido, desde el inicio, un pilar estratégico para Sonae Arauco, evolucionando hacia un modelo de negocio plenamente alineado con los principios de la bioeconomía circular y la descarbonización.

Por un lado, la compañía apuesta firmemente por la economía circular, incorporando de forma creciente madera reciclada como materia prima. Actualmente, algunas de sus gamas de producto de PB (aglomerado de partículas) ya integran más de un 80% de madera reciclada, incluyendo las producidas en Linares. Este modelo permite prolongar el ciclo de vida del recurso y reducir la presión sobre materias primas vírgenes.

Por otro lado, la descarbonización es una prioridad clave, con una reducción acumulada de emisiones de GEI de un 43% desde 2019. Para lograrlo, la empresa ha impulsado distintas iniciativas, entre ellas la transición hacia energías renovables, como la instalación de paneles fotovoltaicos en su unidad industrial de Linares. Esta instalación ya representa cerca del 12% del consumo eléctrico de la planta y permite evitar aproximadamente 1.500 toneladas de CO₂ al año. Actualmente, la empresa cuenta con cuatro proyectos fotovoltaicos, dos ya finalizados y dos en ejecución.

Andalucía cuenta con un importante potencial forestal e industrial. ¿Qué oportunidades ofrece la comunidad para seguir impulsando un modelo

basado en el aprovechamiento de los recursos y la economía circular?

Andalucía dispone de una importante superficie forestal y de una industria de transformación de la madera con capacidad para seguir avanzando hacia un modelo de bioeconomía circular basado en los recursos renovables.

El incremento progresivo del volumen de cortas de madera, junto con un aprovechamiento más eficaz y sostenible de las masas forestales andaluzas, satisfaría las demandas del sector de la madera de Andalucía, que actualmente se ve obligado a acudir a Comunidades Autónomas limítrofes para poder cubrir sus necesidades.

Además, una gestión forestal activa no solo permite el suministro de materia prima renovable a la industria mediante la movilización de un recurso sostenible, sino que también contribuye a la prevención de incendios, la adaptación al cambio climático, a la mejora de la salud de los montes y a la generación de empleo rural.

Uno de los principales retos y, al mismo tiempo, una de las grandes oportunidades, consiste en maximizar el valor generado por cada metro cúbico de los residuos de madera, aplicando el principio de uso en cascada, garantizando la "jerarquía de uso" y por lo tanto haciendo un uso racional de la madera. Se trata de usar la madera y reciclarla sucesivamente y solo quemarla como último recurso.

En definitiva, Andalucía tiene la oportunidad de consolidarse como referente en bioeconomía forestal, impulsando un modelo donde la madera y sus residuos se aprovechen de forma eficiente y secuencial, manteniendo el carbono almacenado durante más tiempo como una alternativa eficaz en la lucha contra el cambio climático y fortaleciendo la competitividad de toda la cadena de valor forestal-industrial.

SONAE ARAUCO ha impulsado iniciativas centradas en innovación y uso eficiente de los recursos, entre otras. ¿Qué importancia tienen estos proyectos para avanzar hacia una industria más sostenible?

La innovación desempeña un papel clave en la transformación de Sonae Arauco hacia un modelo industrial más sostenible, actuando sobre distintos niveles de la cadena de valor: desde la materia prima hasta los procesos productivos.

En el ámbito del producto, uno de los avances más relevantes ha sido la incorporación de fibra reciclada en MDF, con resultados ya validados a nivel industrial.

Sobre esta base, la compañía está desarrollando soluciones innovadoras como BioReFibre X, un tablero MDF de nueva generación que incorpora fibra reciclada y

Isabel Martínez: “Desarrollamos soluciones de madera distribuidas en más de 60 países”



materias primas de origen renovable, reduciendo progresivamente la dependencia de recursos fósiles.

En paralelo, Sonae Arauco continúa avanzando en el desarrollo de bioresinas, con el objetivo de reducir la dependencia de materiales fósiles en sus productos.

Por otro lado, la innovación también se refleja en la transformación de las operaciones industriales. A través de iniciativas de digitalización avanzada, la empresa está evolucionando hacia fábricas más interconectadas, eficientes y basadas en datos, capaces de optimizar procesos en tiempo real, mejorar la calidad del producto y reducir consumos de recursos y energía.

La compañía está convencida de que la innovación, cuando se integra de forma transversal, permite impulsar simultáneamente la sostenibilidad y la competitividad.

Para finalizar, de cara a próximos años, ¿cuáles son los principales objetivos de SONAE ARAUCO y qué papel

esperan seguir desempeñando en el desarrollo de una industria basada en la sostenibilidad?

De cara a los próximos años, Sonae Arauco continuará reforzando su liderazgo en sostenibilidad, apoyándose en tres grandes ejes: la bioeconomía circular, la descarbonización y una creciente orientación al cliente.

En este contexto, la compañía seguirá profundizando en su modelo circular, con el objetivo de aumentar la incorporación de madera reciclada en un 9,3% hasta 2029 (base 2021), optimizando el uso de los recursos a lo largo de toda la cadena de valor. Paralelamente, continuará acelerando su proceso de descarbonización, con el compromiso de reducir sus emisiones de GEI en un 59% hasta 2033 (base 2019), en línea con los objetivos climáticos europeos y apoyándose en la eficiencia operativa y el uso de energías renovables.

Al mismo tiempo, la empresa reforzará el desarrollo de su portfolio de productos sostenibles, apostando por la innovación y por un enfoque cada vez más colaborativo. En este ámbito, las alianzas y el trabajo conjunto con clientes y socios desempeñan un papel clave, permitiendo desarrollar soluciones que respondan de forma más precisa a las necesidades del mercado y a los desafíos específicos de los distintos segmentos de aplicación.

De este modo, Sonae Arauco aspira a seguir desempeñando un papel activo en la transformación del sector, promoviendo la madera como un material del futuro: renovable, reutilizable, reciclable y esencial para avanzar hacia una economía más circular y baja en carbono.





Francisco de Paula Jiménez: “Trabajamos para que el futuro de Utrera sea más próspero y habitable para todos los ciudadanos”



ENTREVISTA

FRANCISCO DE PAULA JIMÉNEZ
ALCALDE DE UTRERA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
Utrera es uno de los municipios con mayor dinamismo de la provincia de Sevilla. ¿Cuáles considera que han sido los

principales avances del municipio en los últimos años y qué prioridades marca actualmente el Ayuntamiento?

Para nuestro gobierno la vivienda es un tema prioritario y por eso estamos proyectando, construyendo y entregando viviendas destinadas a las familias menos favorecidas y a final de mandato estaremos en torno al centenar. Y por otro lado estamos muy centrados en la disponibilidad de suelo industrial para crear riqueza y empleo.

Ya hemos puesto en servicio dos nuevos polígonos industriales y se está trabajando para disponer de más suelo, y también se han dispuesto dos nuevas zonas comerciales. Desde finales de 2026 y a lo largo de 2027 Utrera dará un salto importante con proyectos empresariales, algunos internacionales, que verán la luz en esas fechas y supondrán un incentivo importante para el empleo y el dinamismo empresarial de la ciudad.

Utrera cuenta con un importante patrimonio histórico, cultural y gastronómico que cada vez atrae a más visitantes. ¿Qué estrategias está siguiendo el Ayuntamiento para impulsar el turismo sin perder la identidad del municipio?

Utrera es una gran ciudad, con más de 52.000 habitantes, que sigue manteniendo casi intacto su sabor a pueblo y ese es uno de sus máximos valores para los visitantes. Desde el consistorio apoyamos y estamos presentes en todos los referentes de nuestra ciudad, el flamenco -con el decano de los festivales flamencos de España, que es el Potaje Gitano-, los toques de campana, nuestra Feria o nuestra Semana Santa, apoyamos todas estas iniciativas y otras muchas más que son verdaderas señas de

identidad de nuestra ciudad. Nuestras inversiones en la conservación del patrimonio artístico son fundamentales, como la enorme gestión en la conservación de nuestro Castillo, uno de los mejores conservados y totalmente visitable, o el trabajo importantísimo en el descubrimiento total de la sinagoga de la Misericordia, la más importante de toda la península por su magnitud y su origen sefardí. Se pueden realizar visitas guiadas y rutas por el municipio, incluso teatralizadas, que resultan muy atractivas para quienes nos visitan.

Dentro de Andalucía, ¿qué papel está desempeñando Utrera para aprovechar las oportunidades que la región ofrece y seguir atrayendo inversión y actividad empresarial?

Utrera posee un enclave geográfico único para estar comunicado con el resto del mundo. La red de carreteras nacionales, autonómicas y provinciales recorren todo el perímetro de nuestra ciudad. Estamos a escasos kilómetros de aeropuertos como el de Sevilla o Jerez, sin olvidar dos de los puertos más importantes en el tráfico de mercancías, Cádiz y Sevilla. Nuestras conexiones ferroviarias son también fundamentales y estamos a muy poca distancia de cualquiera de ellas, además del propio núcleo que posee Utrera. Estos son aspectos destacados a la hora de que las empresas decidan la ubicación de sus factorías. Por otro lado, desde el Ayuntamiento hemos puesto en marcha la Unidad Aceleradora de Proyectos, con las que se realiza una labor técnica de acompañamiento y agilización en las gestiones que las empresas deban realizar para instalarse en nuestra ciudad. Una iniciativa reciente que ya ha dado sus primeros frutos.

El Ayuntamiento ha impulsado campañas como “En Utrera, recicla y únete al movi-

miento circular”. ¿Qué importancia tiene fomentar la economía circular y la concienciación ambiental para el futuro del municipio?

Afortunadamente los municipios somos cada vez más conscientes de la necesidad no solo de preservar sino de mejorar nuestro medioambiente, hoy es casi imposible que se conciba ninguna actividad o iniciativa que no tenga en cuenta estas premisas. En el caso de la economía circular, con los objetivos de reducir, reutilizar y reciclar, hemos tenido algunas iniciativas interesantes. En colaboración con científicos del IRNAS-CSIC y de la Universidad de Sevilla, realizamos una campaña con los hortelanos que se ocupan de los Huertos Sociales (todos de cultivo ecológico) para la reutilización de materiales en la fabricación de compost, también participaron los centros escolares con distintas jornadas y visitas. De cara a la feria de Consolación y en colaboración con Ecovidrio instalamos los contenedores necesarios para el recinto ferial y cada una de las casetas, lo que el año pasado nos permitió reciclar más de 18 toneladas de envases. También junto a Ecoembes se realizan periódicamente campañas de concienciación, con lemas como “Recicla y únete al movimiento circular”, con las que trabajamos con las asociaciones vecinales. Esta es solo una muestra de otras actividades medioambientales y ecologistas con las que estamos comprometidos. Pero el proyecto más importante será la entrada en vigor del nuevo contrato de recogida de residuos y limpieza viaria, con el que por primera vez se van a instalar los contenedores marrones destinados a desechos orgánicos, además de la instalación de todos los vehículos y materiales necesarios totalmente nuevos y adaptados a las últimas directrices medioambientales.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos y objetivos que se marca el Ayuntamiento de Utrera para los próximos años y cómo imagina la ciudad en el futuro?

Los retos son continuar poniendo a disposición de nuestros ciudadanos viviendas asequibles, especialmente para los jóvenes; la consolidación de las grades zonas y los proyectos empresariales en los que se está trabajando, el nuevo contrato de limpieza que mencionaba antes y que duplicará el servicio que se presta en la actualidad y, otros servicios y proyectos importantes vinculados a Parques y Jardines y a nuestras zonas verde y de esparcimiento. Estamos trabajando para que la Utrera del futuro, el más inmediato posible, sea para todos los ciudadanos más próspera y más habitable. Así que no nos va a faltar el trabajo.





Juanjo Manzano: “Debemos cambiar el relato sobre los pueblos: no es un lugar al que se va porque no hay otra opción”



ENTREVISTA

JUANJO MANZANO
ALMANATURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
AlmaNatura nace de un pequeño municipio con el objetivo de reactivar oportunidades en el medio rural. ¿Cómo surge este proyecto y qué necesidades detectasteis para ponerlo en marcha?

AlmaNatura nace hace casi treinta años desde una convicción muy sencilla: el lugar donde naces no debería determinar las oportunidades que tienes en la vida. Yo crecí en Arroyomolinos de León (Huelva) un pequeño pueblo de 900 habitantes y veía cómo muchas personas tenían que marcharse porque no encontraban empleo, servicios o un proyecto de vida viable.

Detectamos que el gran reto del medio rural no era solo económico, sino también social y demográfico. Los pueblos estaban perdiendo población, talento y autoestima. Por eso decidimos crear una organización que trabajara para generar oportunidades y demostrar que vivir en un pueblo podía ser una opción de futuro tan válida como hacerlo en una gran ciudad.

A lo largo de los años habéis trabajado en sectores de empleo, educación o salud en entornos rurales. ¿Cómo ha evolucionado AlmaNatura y cómo se sitúa actualmente en cuanto a líneas de actuación?

Hemos evolucionado desde una pequeña iniciativa asociativa hasta convertirnos en una empresa social y fundación que trabaja en todo el territorio nacional. Siempre hemos mantenido el mismo propósito: mejorar la calidad de vida de las personas que viven en los pueblos. Además, predicamos con el ejemplo gracias a nuestra Fundación, donde ponemos a disposición de la comarca la apertura de un centro cultural con una agenda cultural permanente para todas las edades.

Actualmente nuestras líneas de actuación se centran en tres grandes ámbitos: la fijación y atracción de población, el empleo y el emprendimiento rural, y la dinamización comunitaria. Trabajamos con administraciones, empresas y entidades sociales para desarrollar proyectos que generen oportunidades reales y sostenibles en los municipios rurales.

Recientemente, la Fundación AlmaNatura ha celebrado cinco años dinamizando la vida rural. ¿Qué balance se hace de este tiempo y qué se puede aprender sobre las necesidades reales de los pueblos rurales?



Estos cinco años de la Fundación AlmaNatura nos dejan un aprendizaje muy importante: cuando se crean espacios de encuentro y se confía en la capacidad de las personas, los pueblos responden con participación, compromiso e ilusión.

La Fundación nació en 2021 con la vocación de activar la vida comunitaria desde Arroyomolinos de León y, en este tiempo, hemos conseguido movilizar a miles de personas en actividades culturales, formativas y sociales. Solo en los últimos tres años han participado más de 4.800 personas en las distintas iniciativas impulsadas desde la Fundación, y hoy contamos con una comunidad de más de 500 personas conectadas y participando activamente.

Uno de los proyectos más simbólicos ha sido la recuperación del antiguo molino Nuestra Señora de los Dolores, que llevaba más de 70 años en desuso. Su rehabilitación ha sido mucho más que restaurar un edificio; ha supuesto recuperar memoria, identidad y crear un nuevo espacio de encuentro para el pueblo. Además, nos ha enseñado que los procesos de transformación en el medio rural requieren paciencia, colaboración y capacidad de adaptación.

Uno de los ámbitos que trabajáis es el empleo generacional y el negocio rural. ¿Qué oportunidades se detectan ahora en Andalucía y qué perfiles laborales son los más demandados?

Estamos detectando una oportunidad histórica. Andalucía cuenta con cientos de negocios rurales cuyos propietarios están próximos a la jubilación y que necesitan relevo generacional.

Hay demanda en sectores muy diversos: comercio de proximidad, hostelería, turismo, servicios de cuidados, actividades agroalimentarias y oficios tradicionales. También están creciendo las oportunidades ligadas a la digitalización y al trabajo remoto.

Los perfiles más demandados son personas emprendedoras, con capacidad de adaptación y ganas de integrarse en la comunidad. Cada vez más personas buscan no solo un empleo, sino también una mejor calidad de vida, y los pueblos tienen mucho que ofrecer en ese sentido.

Andalucía tiene gran riqueza rural y cultural; sin embargo, se enfrenta a municipios en despoblación o con falta de oportunidades. ¿Qué medidas consideráis fundamentales para atraer o retener talento andaluz en el medio rural?

La primera medida es garantizar servicios básicos de calidad: educación, sanidad, conectividad y vivienda, importantísimo. La segunda es generar oportunidades económicas estables y facilitar el emprendimiento con medidas reales.

Pero hay una tercera cuestión que considero fundamental: debemos cambiar el relato sobre los pueblos. El medio rural no puede seguir viéndose como un lugar al que se va porque no hay otra opción. Es un territorio lleno de oportunidades endógenas, innovación y calidad de vida.

Necesitamos políticas que faciliten la llegada de nuevos pobladores y, al mismo tiempo, ayuden a que quienes viven en los pueblos puedan desarrollar allí sus proyectos vitales y profesionales.

Junto a Red Eléctrica se ha impulsado RED Relevo, un programa para fomentar el relevo generacional de negocios rurales en Granada y Almería. ¿Cómo surge esta iniciativa y qué impacto se espera?

RED Relevo surge al identificar una realidad muy preocupante: muchos negocios esenciales para la vida de los pueblos corren el riesgo de desaparecer porque sus propietarios se jubilan y no encuentran quien continúe con la actividad.

Junto a Rodeia decidimos intervenir para convertir ese reto en una oportunidad. El programa acompaña a personas emprendedoras y a titulares de negocios para facilitar el relevo y evitar cierres que tendrían un gran impacto en la vida comunitaria privándoles de servicios de primera necesidad.

Esperamos contribuir a mantener empleo, preservar servicios de proximidad, atraer nuevos pobladores y demostrar que el relevo generacional puede ser una herramienta muy potente de sostenibilidad económica y social en el medio rural.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales proyectos u objetivos de cara a 2026 en términos de sostenibilidad social, desarrollo rural y empleo?

Nuestro principal objetivo es seguir demostrando que el futuro de los pueblos pasa por poner a las personas en el centro de las decisiones. Y para ello el cambio de narrativa es clave, debemos contar a nuestros hijos e hijas que el mundo rural es una oportunidad real.

Queremos seguir impulsando programas de atracción de nuevos pobladores, facilitar el relevo generacional de negocios rurales, fortalecer las redes culturales comunitarias y trabajar con empresas y administraciones para generar oportunidades de empleo de calidad.

También queremos seguir innovando en nuevas fórmulas de desarrollo rural que permitan que los pueblos sean espacios de bienestar, de emprendimiento y de oportunidades para todas las generaciones, para ello hemos abierto un espacio de innovación rural denominado almanatura LAB donde empresas de cualquier tamaño pueden venir a formarse y aprender sobre emprendimiento social.

Porque, al final, hablar de sostenibilidad es hablar de personas. Y no habrá un futuro verdaderamente sostenible para nuestro país si dejamos atrás a quienes viven en nuestros pueblos.



Luz Angélica: “Nuestro objetivo es que el suelo recupere su sostenibilidad”

ENTREVISTA

LUZ ANGÉLICA
COFUNDADORA Y
CONSEJERA DELEGADA
DE INBIOTA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

INBIOTA trabaja en el desarrollo de soluciones biotecnológicas aplicadas al análisis y la mejora de la salud del suelo. ¿Cómo surge el proyecto y qué necesidad o problema detectasteis en el sector para impulsar este modelo de trabajo?

Conocí a mi socio cuando realizaba prácticas en la empresa donde yo trabajaba. En aquel momento detectamos una gran inquietud entre los agricultores por el papel de los microorganismos.

Al mostrarles el desarrollo de una placa Petri, vieron la importancia biológica de lo que, hasta entonces, para ellos era una cuestión de fe.

En ese momento, identificamos una oportunidad de negocio clara que decidimos explorar desde la Universidad de Almería. Así nació el proyecto en 2023, consolidándose como empresa en 2024.

Ustedes desarrollan una metodología basada en el diagnóstico, la interpretación y el diseño biológico adaptado a cada suelo. ¿Cómo ha evolucionado INBIOTA y cuáles son actualmente vuestras principales líneas de trabajo?

Nuestra idea inicial fue desarrollar productos específicos para Almería, pero pronto comprendimos que cada suelo es único e incluso dos fincas colindantes presentan realidades distintas. Ante esta variabilidad, concluimos que cada suelo requiere una investigación individualizada.

Por ello, desarrollamos la tecnología Symbiosoil, que nos permite diseñar estrategias adaptadas mediante un diagnóstico integral físico, químico y biológico. Nuestro proceso consiste en aislar la microbiología nativa según las necesidades concretas de cada suelo y reintroducirla para aumentar su cantidad.

En este contexto de transición hacia una agricultura más sostenible, ¿qué importancia tienen actualmente vuestras



soluciones en ese proceso de cambio?

Muchos agricultores desean transformar sus procesos, pero carecen del acompañamiento necesario para lograrlo y ahí reside nuestra misión. Nuestro objetivo es que el suelo recupere su sostenibilidad mediante el uso de microbiología nativa y técnicas de agricultura regenerativa, garantizando así su productividad a futuro. De hecho, aspiramos a que, gracias a nuestra intervención, el agricultor alcance un nivel de autonomía tal que deje de necesitarnos.

Actualmente, los agricultores perciben que sus suelos están agotados: requieren mayor cantidad de agua y nutrientes para obtener rendimientos inferiores. Nuestra tecnología busca revertir esta tendencia, transformando la visión del suelo. Dejar de tratarlo como un elemento inerte para entenderlo como un organismo vivo con procesos que debemos recuperar.

Andalucía tiene un peso muy importante en la agricultura, donde la salud del suelo y la sostenibilidad son cada vez más relevantes. ¿Qué papel juega la región dentro del desarrollo y aplicación de vuestras soluciones?

Andalucía es el foco al ser considerada la huerta de Europa y el entorno ideal para testar, validar y escalar nuevas tecnologías. A través de programas de aceleración, entre otros, desde Almería con su sistema de invernaderos, podemos probar nuestras soluciones de manera ágil en diversos entornos.

Del mismo modo, al trabajar con otros modelos agroalimentarios, como el olivar o el viñedo, contamos con una base de experimentación que es perfectamente escalables a toda la zona mediterránea. La diversidad de cultivos concentrada en Andalucía es, pre-



cisamente, lo que fomenta el ecosistema de emprendimiento que nos permite desarrollar nuestro trabajo.

Uno de los principales retos del sector agrícola es mejorar la productividad sin deteriorar la salud del suelo. ¿Qué impacto están teniendo vuestras soluciones en la transición hacia una agricultura más sostenible?

Una de nuestras clientes, de 70 años, decía que si no utilizamos la tecnología para mejorar nuestro entorno no tiene sentido, ya que se trata de usarla a nuestro favor, de forma sostenible y sin abusar.

En INBIOTA, el proceso era muy manual y dependía del know-how de cada miembro. Ahora hemos digitalizado ese conocimiento en una aplicación propia. Esto nos ha permitido acelerar el trabajo, lo que antes hacíamos manualmente en cuatro horas, ahora

lo resolvemos en dos minutos, obteniendo el análisis y el siguiente paso de forma inmediata.

En nuestro caso, combinamos biotecnología con digitalización. Creemos que la tecnología debe usarse de manera consciente y sostenible. Al final, la digitalización es una herramienta que bien empleada aporta mucho valor.

Para terminar, ¿cuáles son los principales retos de INBIOTA de cara a 2026 en términos de innovación biotecnológica, expansión y desarrollo de una agricultura más sostenible?

El principal reto que tenemos para 2026 es llegar al mercado. Nuestro público objetivo son esos agricultores que ya tienen una mentalidad diferente, y si logramos llegar a más, podremos demostrar que lo que hacemos funciona. Nuestros clientes actuales están contentos, pero necesitamos seguir demostrándolo.

También tenemos proyectos para acelerar nuestro proceso. Estamos trabajando en un diagnóstico rápido para que los agricultores tomen decisiones basadas en datos en el momento en que lo necesitan. Actualmente, los modelos de análisis tardan hasta 30 días en dar resultados y al agricultor no le puedes hacer esperar tanto. Por ello estamos trabajando para que esos resultados se obtengan en días, o incluso en horas.

Queremos que el agricultor tenga la información a tiempo para analizarla y actuar en consecuencia. Básicamente, esos son nuestros dos principales retos para los próximos dos años.



Javier Martínez: “Nuestro objetivo es que la transición energética sea una oportunidad real de crecimiento”



ENTREVISTA

JAVIER MARTÍNEZ
PRESIDENTE DE MARWEN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA
MARWEN es una empresa especializada en ingeniería, consultoría, verificación, formación e I+D+i en los ámbitos de la energía y la tecnología. ¿Cómo surge esta empresa y qué necesidad detectasteis en el mercado para impulsar este tipo de servicios?

MARWEN surge en 2008 con una vocación muy clara: aportar conocimiento técnico especializado a empresas e instituciones en un momento en el que la energía, la sostenibilidad y la tecnología empezaban a convertirse en factores estratégicos para la competitividad.

Desde el inicio detectamos que muchas organizaciones necesitaban algo más que un proveedor puntual. Necesitaban un socio técnico capaz de entender sus procesos, analizar sus consumos, identificar oportunidades de mejora y acompañarlas desde la fase de diagnóstico hasta la implantación y justificación de los resultados.

Con el tiempo, esa necesidad se ha hecho todavía más evidente. La transición energética, la digitalización, la eficiencia industrial y la necesidad de acreditar técnicamente los ahorros han generado un entorno cada vez más exigente. MARWEN ha evolucionado precisamente para dar respuesta a ese contexto, integrando ingeniería, consultoría, verificación, formación e innovación aplicada.

En el marco de la transición energética, cada vez más empresas están apostando por mejorar su eficiencia, reducir

emisiones y digitalizar sus procesos. ¿Qué papel juega una empresa como MARWEN en ese acompañamiento técnico a las compañías?

Nuestro papel es ayudar a las empresas a transformar sus objetivos energéticos y ambientales en proyectos concretos, medibles y técnicamente viables. Muchas compañías tienen claro que deben reducir consumos, mejorar su eficiencia y avanzar en sostenibilidad, pero necesitan apoyo especializado para identificar dónde actuar, cómo hacerlo y cómo justificar correctamente los resultados.

En MARWEN acompañamos a las empresas en todo ese proceso. Analizamos sus instalaciones, evaluamos oportunidades de ahorro, diseñamos soluciones, apoyamos en la gestión de ayudas o incentivos y contribuimos a que las decisiones se basen en datos fiables.

Además, en un contexto como el actual, la trazabilidad del dato es fundamental. No basta con decir que se ha ahorrado energía; hay que demostrarlo de forma rigurosa. Ahí nuestra experiencia como entidad acreditada para la verificación CAE por ENAC nos permite aportar independencia, solvencia técnica y confianza al sistema.

En este contexto de transición, ¿cómo está evolucionando la demanda de servicios de ingeniería y consultoría y qué nuevas necesidades están surgiendo en las empresas?

La demanda está evolucionando de manera muy significativa. Antes muchas empresas solicitaban servicios concretos: una auditoría energética, un proyecto técnico, una tramitación o una formación específica. Ahora buscan un acompañamiento más integral, que combine visión estratégica, conocimiento normativo, capacidad técnica y herramientas digitales.

Estamos viendo una creciente necesidad de medir mejor, automatizar procesos, gestionar datos energéticos, justificar ahorros,



reducir emisiones y adaptar las instalaciones a nuevas exigencias regulatorias y de mercado. También aumenta la demanda de proyectos vinculados a eficiencia energética, autoconsumo, sistemas de gestión energética, digitalización industrial, cálculo de huella de carbono y certificación de ahorros.

Otro aspecto importante es que las empresas quieren seguridad. Quieren saber que sus proyectos cumplen con la normativa, que los ahorros están bien calculados y que la documentación está preparada para superar procesos de revisión, auditoría o verificación. Esa exigencia técnica encaja muy bien con el posicionamiento de MARWEN.

“Nuestra experiencia nos permite aportar independencia, solvencia técnica y confianza al sistema”

Andalucía se está consolidando como un territorio clave en la transición energética y la digitalización industrial. ¿Qué papel juega este contexto regional en el desarrollo de MARWEN y en sus líneas de trabajo actuales?

Andalucía tiene un enorme potencial en materia de transición energética, tanto por sus recursos naturales como por su tejido empresarial, industrial, agroalimentario y tecnológico. Para MARWEN, estar implantados en Andalucía no es solo una cuestión geográfica, sino una oportunidad estratégica.

Desde nuestras sedes en Jaén, Granada y Sevilla trabajamos para empresas de toda España, pero mantenemos un compromiso especial con el desarrollo regional. Creemos que Andalucía puede liderar muchos ámbitos rela-

cionados con la eficiencia energética, las energías renovables, la innovación aplicada, la digitalización industrial y la sostenibilidad empresarial.

Además, el contexto andaluz nos permite estar muy cerca de sectores clave como la industria, el olivar, la agroindustria, la construcción, la administración pública y las pymes que necesitan mejorar su competitividad. Nuestro objetivo es que la transición energética no sea solo una obligación

normativa, sino una oportunidad real de crecimiento, modernización y generación de valor para el territorio.

MARWEN desarrolla su actividad en distintos ámbitos como la ingeniería, la verificación CAE, la formación y la innovación tecnológica. ¿Qué importancia tiene integrar todos estos servicios en un mismo enfoque para ofrecer soluciones completas a los clientes?

Para nosotros es fundamental. Los retos actuales no se resuelven desde una única disciplina. Un proyecto de eficiencia energética, por ejemplo, puede requerir ingeniería, análisis de datos, conocimiento normativo, gestión documental, verificación independiente, formación del personal e incluso desarrollo tecnológico.

Integrar todos estos servicios nos permite ofrecer una visión completa del proyecto y acompañar al cliente en todas sus fases. Esto reduce errores, mejora la coordinación, agiliza los procesos y permite tomar decisiones con una base técnica más sólida.

Además, la formación y la innovación son elementos transversales. Formar a los equipos del cliente ayuda a que las mejoras se consoliden en el tiempo, y la I+D+i nos permite anticiparnos a nuevas necesidades del mercado. En MARWEN no entendemos la ingeniería únicamente como diseño técnico, sino como una herramienta para transformar organizaciones.

Para terminar, de cara a 2026, ¿cuáles son los principales objetivos de MARWEN en términos de crecimiento, innovación y contribución a la transición energética y digital a nivel regional y nacional?

De cara a 2026, nuestro objetivo es seguir consolidando a MARWEN como una empresa de referencia en ingeniería, verificación CAE, eficiencia energética, sostenibilidad e innovación tecnológica.

Queremos continuar creciendo de forma ordenada, reforzando nuestro equipo técnico y ampliando nuestra capacidad de respuesta ante un mercado cada vez más exigente. La verificación de ahorros energéticos, especialmente en el marco del Sistema CAE, será una línea clave, porque creemos que va a desempeñar un papel fundamental en la transición energética de España.

También queremos seguir impulsando proyectos de I+D+i vinculados a energía, digitalización, hidrógeno, agroindustria, tecnologías limpias y mejora de procesos. Para nosotros, la innovación debe estar conectada con problemas reales de las empresas y generar resultados aplicables.

A nivel regional, queremos contribuir a que Andalucía gane protagonismo en la transición energética y digital. A nivel nacional, aspiramos a seguir siendo un socio técnico fiable para empresas, administraciones y entidades que necesitan rigor, independencia y capacidad de ejecución.

En definitiva, nuestro objetivo es seguir creciendo, pero sin perder nuestra esencia: aportar conocimiento técnico, generar confianza y ayudar a las organizaciones a avanzar hacia un modelo energético y productivo más eficiente, sostenible y competitivo.





Laureano Parrilla: “Integramos una nueva forma de tratar residuos para mejorar su eficiencia”

ENTREVISTA

LAUREANO PARRILLA
CEO PRETIUM
RENOVABLES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Pretium Renovables nace con el objetivo de impulsar proyectos de biogás y biometano vinculados a la economía circular. ¿Cómo surgen estas iniciativas y qué necesidad

detectasteis para apostar por este modelo?

Pretium Renovables nace de la idea de que los proyectos tienen que estar totalmente integrados en el territorio, muy bien trabajados y generar, además de retener, el máximo valor dentro de las economías locales. Ahí vimos una oportunidad.

También vimos en Andalucía un gran potencial como vector de generación renovable y un lugar idóneo para desarrollar este modelo de negocio, cuyo objetivo es retener el máximo valor en los entornos donde implantamos nuestros proyectos.

A lo largo de los años, el biometano ha ganado protagonismo dentro de la transición energética. ¿Cómo ha evolucionado el sector y qué papel desempeña Pretium Renovables actualmente dentro de este ámbito?

El biometano está ganando protagonismo porque España y, en particular, Andalucía cuentan con unos recursos muy importantes. Es la fuente más cercana que tenemos para generar gas propio, dentro de nuestras fronteras, y es un vector energético que debemos desarrollar para complementar el avance de las energías renovables.

Además, ofrece una gran oportunidad por su vinculación con la gestión de residuos, un reto histórico en Andalucía. Desde Pretium Renovables queremos impulsar ese desarrollo con proyectos inte-

grados en el territorio, respetuosos con el entorno y capaces de retener el máximo valor en las economías locales, para que Andalucía sea una comunidad puntera en el desarrollo de los gases renovables.

Andalucía cuenta con una importante actividad agrícola y ganadera, generadora de subproductos que pueden convertirse en recursos energéticos. ¿Qué oportunidades ofrece la comunidad para el desarrollo de proyectos de biometano y economía circular?

Andalucía tiene una oportunidad increíble. El biometano no solo es una tecnología que trata residuos y genera gas, sino que también produce enmiendas orgánicas que pueden sustituir a fertilizantes, cuyo precio y composición química suponen un problema tanto para el medio ambiente como para la cuenta de resultados de los agricultores. En una comunidad donde el sector primario es básico, el biometano permite tratar los residuos orgánicos generados por la agricultura y la ganadería y, además, impactar positivamente en la rentabilidad de las explotaciones. Por la riqueza de recursos que tiene Andalucía, podemos posicionarnos no solo como una referencia en España, sino también a nivel europeo en la producción de gas renovable.

Uno de los aspectos más destacados del biometano es su capacidad para transformar residuos agrícolas, ganaderos o industriales en energía renovable. ¿Qué importancia tiene este modelo para avanzar hacia una economía más circular y reducir las emisiones de residuos?

Es vital desarrollar toda esta parte del biometano. Es verdad que algunos residuos orgánicos ya se valorizan como enmiendas orgánicas o para obtener otros subproductos, pero la irrupción del biometano va a ser fundamental para mejorar su tratamiento.

Lo que hacemos es integrar una nueva forma de tratar esos residuos que mejora enormemente la eficiencia respecto a cómo se gestionan ahora. No solo contribuye a reducir las emisiones de CO₂, sino que también mejora la cuenta de resultados de las empresas locales que ya trabajan con esos productos o residuos.

Recientemente, Pretium Renovables ha acordado con Moeve para impulsar hasta seis plantas de biometano en España. ¿Cómo surge esta colaboración y qué impacto puede tener en el territorio?

Moeve es una de las compañías más importantes de España y un referente en Andalucía. Ha confiado en nosotros para el desarrollo de alrededor de seis proyectos de biometano en Andalucía y, para nosotros, es un orgullo formar parte de una iniciativa tan importante para la generación de gas renovable.

El acuerdo surge de la confianza mutua entre ambas compañías y de una visión compartida. Desde Pretium Renovables defendemos que los proyectos deben estar muy integrados en el territorio y generar el máximo valor en las economías locales. Moeve comparte esa filosofía y, al confiar en una empresa andaluza como la nuestra, demuestra también su compromiso con el desarrollo del territorio.

Para nosotros supone combinar el talento andaluz y nuestro conocimiento del entorno con la experiencia de una gran compañía que lleva muchos años implantada en Andalucía y ha desarrollado buenas prácticas allí donde ha trabajado. Esa unión nos permitirá desarrollar proyectos que generen valor y contribuyan al crecimiento del sector del biometano en la comunidad.

Para terminar, de cara a 2026, ¿cuáles son los principales retos y objetivos de Pretium Renovables en términos de innovación, sostenibilidad y desarrollo de nuevas infraestructuras energéticas?

Actualmente estamos centrados en el desarrollo de esos seis proyectos en Andalucía y queremos poner el foco en la valorización del digestato para mejorar los resultados de los agricultores locales. En definitiva, trabajamos para integrar el sector energético con el sector primario.

Además, estamos desarrollando proyectos no solo de biometano, sino también de biochar y de valorización de residuos orgánicos, no solo para generar metano, sino también productos que favorezcan la captura de CO₂ y mejoren los suelos. Nuestra línea de trabajo es muy clara: retener el talento en Andalucía y seguir desarrollando enmiendas orgánicas, fertilizantes e impacto local en toda la cadena de valor de los proyectos.

También quiero destacar que desde Pretium Renovables apostamos por proyectos integrados, sostenibles y socialmente comprometidos con los municipios donde nos implantamos. Creemos que Andalucía es un territorio fundamental para el desarrollo económico, tecnológico y social de las nuevas tecnologías energéticas y queremos seguir creciendo de la mano de los entornos locales.





ENTREVISTA

JUAN ANTONIO AUÑÓN

PROFESOR TITULAR DE LA UMA
(UNIVERSIDAD DE MÁLAGA)

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Su trayectoria investigadora está principalmente centrada en los motores térmicos ¿Cómo surge esta línea de investigación y qué necesidad detectó para orientar su trabajo hacia este ámbito?

Desde el primer momento, hace ya bastantes años, vimos que los motores térmicos eran una máquina muy necesaria, pero que tenía que evolucionar, sobre todo para contaminar menos, disminuir las emisiones y mejorar su eficiencia.

En ese sentido, hemos investigado nuevos combustibles y la aplicación de determinadas sustancias para reducir esas emisiones y mejorar los motores. Y en esa misma línea seguimos después de muchos años, viendo que ese cambio sigue vigente. Aunque muchos los dan por muertos, ni muchísimo menos podemos prescindir de ellos.

Andalucía está reforzando su apuesta por las energías renovables y el hidrógeno verde como pilares de la transición energética. Desde la Universidad de Málaga, ¿qué oportunidades ofrece este contexto para la investigación y el desarrollo tecnológico?

Las líneas de investigación son múltiples. Hay muchos grupos trabajando tanto en hidrógeno como en el cambio energético hacia las energías renovables.

Todos tenemos claro, o debemos tener claro, que el futuro es multienergético. No todo puede ser energía renovable; hace falta una energía de respaldo. En la movilidad no vamos a ir al 100 % hacia el vehículo eléctrico, porque hay sectores donde es muy difícil, y ahí el hidrógeno tiene mucho que decir.

Juan Antonio Auñón: “No podemos pretender cambiar de la noche a la mañana un sector tan diverso como el transporte”

Andalucía está bien posicionada porque las líneas de investigación y las inversiones de las empresas están impulsando proyectos muy interesantes, tanto en hidrógeno como en movilidad eléctrica. Sin embargo, seguimos supeditados a unos vaivenes normativos que no dejan ver con claridad hacia dónde vamos.

La universidad trabaja en vehículos eléctricos, en la optimización de motores y en sistemas de recarga, mientras que también se investiga en nuevos combustibles, los denominados combustibles sintéticos, por los que Europa está apostando con fuerza. Estamos en 2026 y no sabemos qué va a pasar en 2030, y recientemente se aprobó una primera moratoria sobre la normativa europea de vehículos.

La descarbonización del transporte es uno de los grandes retos actuales. ¿Qué papel cree que seguirán desempeñando los motores térmicos y cómo convivirán con tecnologías como el hidrógeno o la electrificación en los próximos años?

Yo creo que es el gran reto ahora mismo. Evidentemente, el calentamiento global ya no lo niega nadie, pero no podemos pretender cambiar de la noche a la mañana un sector tan diversificado, que va desde una pequeña moto hasta un gran camión. Hay que impulsar medidas que sean realmente eficientes y no hacer anuncios.

Recuerdo que hace años se anunció que en 2040 no circularían por Europa vehículos de combustión. Con unos cálculos muy rápidos

era materialmente imposible. Ese tipo de anuncios muchas veces desmotivan al usuario, que hoy, cuando va a comprarse un vehículo, se pregunta: ¿eléctrico, híbrido, híbrido enchufable, gasolina o diésel? Esa duda la veo todos los días y, en muchos casos, no sabemos hacia dónde vamos porque no existe una línea clara definida por Europa y aplicada después por cada país.

Portugal, por ejemplo, nos ha adelantado en la implantación del vehículo eléctrico porque sus medidas de apoyo han sido mucho más eficientes que las de España, teniendo la misma normativa europea. Si allí funciona, deberíamos fijarnos en esas medidas.

La colaboración entre universidad, empresas e instituciones resulta cada vez más importante para trasladar la investigación al mercado. ¿Qué importancia tiene esta cooperación para acelerar la innovación en el ámbito energético?

Personalmente soy un absoluto convencido de que no es que sea conveniente colaborar con la empresa, es que es imprescindible. Siempre digo que nosotros fabricamos ingenieros y la empresa nos compra ese producto. Por tanto, tenemos que formar a los profesionales que la empresa necesita, lógicamente con los condicionantes propios de la universidad.

Para conseguirlo, tenemos que colaborar con las empresas, trabajar con ellas y desarrollar proyectos conjuntos. En el pasado ha habido iniciativas impulsadas por la Junta de Andalucía y por el Gobierno central que han dado muy buenos frutos, con desarrollo de patentes y de nuevos productos. A veces hace falta un pequeño impulso por parte de las administraciones y de las empresas, pero por suerte cada vez esa colaboración va creciendo.

Como profesor universitario, ¿percibe una mayor

concienciación entre los estudiantes sobre el cambio climático y la transición energética, o considera que aún queda camino por recorrer?

En algunos aspectos sí, pero creo que a veces la concienciación existe en unos temas y en otros no. Por ejemplo, casi ninguno somos conscientes de las emisiones de CO2 que genera todo el ámbito informático: los centros de datos, los procesos en la nube o incluso un simple correo electrónico.

Tenemos muy claro que un coche emite CO2 y contamina, pero el uso indiscriminado de sistemas electrónicos también tiene un impacto importante. La concienciación suele centrarse en lo más evidente, como el transporte o las fábricas.

Yo pongo muchas veces el ejemplo de una central térmica. En los reportajes suelen enfocar la torre de refrigeración porque se ve un gran humo blanco, cuando en realidad es vapor de agua. La contaminación sale por otra chimenea mucho más pequeña que apenas se aprecia. A veces pensamos que lo más visible es lo más grave, y no siempre es así.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos de la investigación en sostenibilidad energética para los próximos años y qué papel espera que siga desempeñando la Universidad de Málaga en este ámbito?

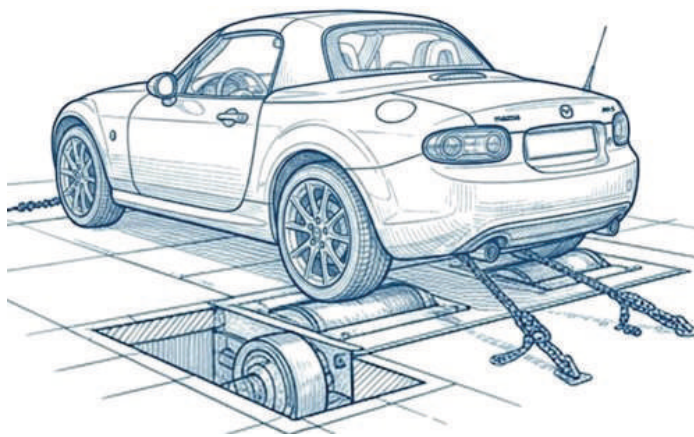
Nuestra línea de investigación sigue centrada en los motores térmicos y, cada vez más, en la generación de energía. En España ha habido un antes y un después tras el apagón, porque nos dimos cuenta de hasta qué punto dependemos de la electricidad. Eso demuestra la necesidad de sistemas energéticos combinados, con un mayor peso de las renovables, pero que garanticen el suministro.

En nuestro grupo desarrollamos proyectos para analizar, mediante simulación, la situación energética de distintos países europeos.

Además, en la Escuela de Ingeniería Industrial hay una gran diversificación de líneas de investigación, con trabajos en robótica, climatización de edificios y otras tecnologías relacionadas con la transición energética.

En mi opinión, la universidad tiene que investigar lo que demanda la sociedad. Si ahora necesitamos soluciones frente al cambio climático, debemos trabajar en esa dirección y pensar a largo plazo. Muchas previsiones científicas que hace años parecían exageradas ya se están cumpliendo antes de lo previsto, por lo que debemos escuchar a la comunidad científica y adoptar medidas estables y realistas.

Necesitamos políticas con plazos claros e incentivos eficaces. Si queremos impulsar tecnologías como el vehículo eléctrico, las medidas tienen que facilitar realmente su implantación. No basta con fijar objetivos para 2050 si después las actuaciones no permiten alcanzarlos.





A MEMBER OF
THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD

HOTEL BOTÁNICO

& The Oriental Spa Garden

★★★★★ GL

TU OASIS DE BIENESTAR EN TENERIFE

Puerto de la Cruz



Mejor Hotel Spa de Europa
y el Mediterráneo

Nunca me ha dado miedo tomar decisiones ni asumir riesgos si creía en un proyecto

JOSÉ LUIS BLAS MANJÓN.
MY TOP TOUR



REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

My Top Tour es una agencia de viajes especializada en la gestión venta de tickets, tours y experiencias culturales en algunos de los destinos más visitados del mundo y acaba de ser reconocida por la AJE (Asociación de jóvenes empresarios) con el premio a la mejor trayectoria empresarial. Para su CEO José Luis Blas esto “es un reconocimiento que valoro mucho, no solo a nivel personal, sino también por todo el trabajo y el esfuerzo del equipo a lo largo del tiempo. Supone

una motivación para seguir creciendo y afrontando nuevos retos con la misma ilusión. Además, refuerza nuestro compromiso con el desarrollo empresarial en Andalucía” que explica que My Top Tour va más allá de una agencia de viajes convencional. “Diseñamos una experiencia completa para que reservar sea fácil, rápida y fiable. Combinamos atención al cliente, producto propio, presencia física y tecnología para acompañar al viajero en todo su recorrido, desde la inspiración hasta el acceso final a su experiencia”.

“Más de 2 millones de viajeros confían en My Top Tour y superamos las 30.000 reseñas verificadas con un 4,5/5 de valoración, una cifra que refleja tanto volumen como confianza. Esa comunidad de clientes nos ha permitido crecer poniendo el foco en la calidad, porque en turismo la reputación se construye experiencia a experiencia”, relata este joven empresario que siempre ha trabajado en el sector turístico y poco a poco consiguió hacer realidad su sueño. “Empezamos desde casa, con muy pocos recursos, pero con muchísimas ganas de hacer las cosas bien. Lo que nació como un sueño compartido ha ido creciendo con los años, pero seguimos manteniendo la misma ilusión y el mismo compromiso con nuestros clientes que el primer día”.

Para José Luis el emprendimiento es algo innato ya que “desde pequeño me gustaba pensar ideas, buscar oportunidades y hacer las cosas a mi manera. Nunca me ha dado miedo tomar decisiones ni asumir riesgos si creía en un proyecto. Además, tuve la suerte de crecer muy cerca de mi abuelo, que era emprendedor, y verlo trabajar y sacar adelante sus negocios me marcó mucho. Creo que, en parte, esa forma de entender el trabajo y la empresa la heredé de él”. Considera que “lo mejor de emprender es la posibilidad de construir algo desde cero. Ver cómo una idea acaba convirtiéndose en una empresa, crear empleo, formar un equipo y aportar valor a los clientes es una satisfacción difícil de explicar. Lo más complicado es la responsabilidad. Cuando emprendes, todas las decisiones pasan por ti y sabes que afectan a muchas personas. Además, hay momentos de mucha incertidumbre y tienes que seguir tomando decisiones sin perder el rumbo. En nuestro caso, hemos afrontado ese camino creciendo con

recursos propios, sin financiación externa y compitiendo con grandes empresas respaldadas por fondos de inversión, lo que hace el reto todavía mayor”.

My Top Tour es ya un negocio rentable, un proyecto sólido y sostenible que reinvierte sus beneficios para seguir creciendo y creando empleo. “Nuestra perspectiva es seguir creciendo de forma sostenible, reforzando la experiencia del cliente y ampliando nuestra presencia en más destinos. Queremos consolidarnos como una referencia en experiencias turísticas bien organizadas, cercanas y de calidad. El objetivo no es solo crecer en volumen, sino también en excelencia y en capacidad de aportar valor al sector”.

Cualquier persona que cada vez que tenga un desafío busque automáticamente una solución ya tiene alma de emprendedor



RAÚL ROJANO.
HIDROINFILTRADOR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE ANDALUCÍA

Hidroinfiltrador es una empresa tecnológica Spin-off de la Universidad de Granada dedicada a la fabricación, instalación y licitación de la patente del Hidroinfiltrador que es el sistema de riego que más optimiza el agua y los nutrientes a nivel mundial. La optimización es muy impactante debido a que suministra el agua de lluvia, agua de riego, nutrientes y oxígeno directamente a la raíz y en profundidad. Por ello ha sido galardonada con el premio AJE a la mejor Iniciativa emprendedora. “Es una gran satisfacción que una solución nacida del campo y para el campo sea premiada, eso significa que cada vez se da más importancia al sector primario del cual viven millones de personas y que está tan arraigado al territorio. Por otro lado, se premia la investigación, que suele conllevar muchos esfuerzos previos pero que es fundamental para que la sociedad pueda progresar”.

“Emprender es ofrecer un producto o servicio que mejora la sociedad. Así es como surgió. En nuestro caso, había una obligación fuerte para emprender dado

que Hidroinfiltrador soluciona el mayor problema que tiene Andalucía, que es, la sequía y gestión de agua y abonos”, argumenta Raúl Rojano que confiesa que tiene alma de emprendedor. “Cualquier persona que cada vez que tenga un desafío o problema busque automáticamente una solución ya tiene alma de emprendedor. Como he sido emprendedor y funcionario puedo hablar en primera persona de los pros y contras a la perfección.

Cuando emprendes nadie garantiza que vayas a tener un sueldo a final de mes, pero por suerte tienes el mayor recurso posible, el tiempo”.

En la actualidad Hidroinfiltrador ha creado una decena de puestos de trabajo y está llegando a acuerdos con asociaciones de colectivos vulnerables para que su fabricación e implementación pueda ser lo más social posible. “Debido a los grandes impactos Económicos, Sociales y Ambientales que causa el Hidroinfiltrador en agricultura, reforestaciones y ciudades, podemos estar ante el mayor proyecto social y ambiental de España. Actualmente en el mundo hay miles de millones de árboles que pueden mejorar su salud y productividad, por lo tanto, tenemos mucho trabajo por delante.

Actualmente estamos multiplicando las cosechas de miles de hectáreas (olivar, pistacheros y resto de frutales), ya hemos capturado millones de kg de CO2, estamos desarrollando Ciudades y Reforestaciones que se riegan de forma automática sin tener que gastar una sola gota de agua, conseguimos un ahorro energético e hídrico brutal (de más del 80%), así que seguiremos trabajando cada vez con más ganas y entusiasmo”.

Rojano da, desde su experiencia, dos consejos a los jóvenes emprendedores: “el primero, es que tengan claro que cuando alguien compra su producto o servicio no lo hace para hacernos ricos,

sino que, lo hace para mejorar su vida. Así que recomiendo a cada emprendedor que se centre en mejorar la vida del cliente, el resto llega según el impacto positivo de la mejora. El segundo consejo a alguien con alma emprendedora es que el mejor momento de su vida es el presente, y la única manera de disfrutar al máximo es trabajar en algo que emprende uno mismo con ilusión desde el corazón”.





El antiguo Colegio Jesuita de Santa Catalina de Trigueros abre una nueva etapa



Un inmueble levantado en el siglo XVI, con más de doscientos años de historia educativa y con lazos documentados con América, tiene por delante una nueva etapa al servicio de la ciudadanía. La Fundación Cajasol y la Diputación Provincial de Huelva han suscrito un convenio de colaboración destinado a la conservación y puesta en valor del patrimonio histórico y cultural de la provincia, cuya primera actuación se centrará en el antiguo Colegio Jesuita de Santa Catalina de Trigueros.

El acuerdo lo han firmado Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol, y David Toscano, presidente de la Diputación de Huelva. Ambas instituciones consolidan así una línea de trabajo orientada a proteger el legado histórico onubense y a abrir nuevas oportunidades para que la sociedad pueda disfrutarlo.

La primera intervención se concentrará en la renovación del pavimento del inmueble, un paso necesario para mejorar sus condiciones de conservación y uso. Aunque técnica en apariencia, la actuación resulta imprescindible para que el edificio pueda retomar su función como espacio de referencia cultural y social en Trigueros y en el conjunto de la provincia.

Durante la firma, Antonio Pulido puso en valor una iniciativa que hermana la protección del acervo histórico con la difusión cultural. «Para nosotros es una gran satisfacción formar parte de un proyecto que une la conservación del patrimonio con el compromiso de acercar la cultura a los ciudadanos», señaló el presidente de la Fundación Cajasol. «Nuestra colaboración con la Diputación de Huelva responde precisamente a esa manera de entender nuestra labor: la de contribuir a recuperar espacios con historia para darles un nuevo futuro al servicio de la sociedad».

Fundado en el siglo XVI, el antiguo Colegio Jesuita de Santa Catalina desarrolló durante más de dos siglos una destacada actividad docente y cultural que lo convirtió en uno de los centros de referencia de su tiempo. Su rehabilitación permitirá reforzar ese papel como espacio dinamizador de la vida cultural y social de la provincia, al tiempo que preservará uno de los inmuebles más singulares del legado arquitectónico onubense.

La Fundación Cajasol sostiene desde hace años una estrecha vinculación con Huelva a través de iniciativas culturales, sociales y patrimoniales desplegadas junto a instituciones y entidades del territorio. Estos proyectos contribuyen a reforzar la identidad cultural de la provincia y a favorecer su cohesión social.

Pulido subrayó también el compromiso de la entidad con la cultura entendida como palanca de transformación. «Creemos en una cultura que transforma, que dinamiza el territorio y que genera oportunidades de desarrollo y cohesión social», afirmó. «Por eso seguiremos colaborando con las instituciones públicas y con los agentes sociales y culturales para impulsar iniciativas que sirvan de motor de progreso y sensibilidad social».

Con este convenio, la Fundación Cajasol reafirma su implicación con la salvaguarda del patrimonio histórico andaluz y con aquellas actuaciones que ayudan a preservar la memoria colectiva, a revitalizar los territorios y a poner la cultura al alcance de la ciudadanía.

La Fundación Cajasol y el Córdoba Club de Baloncesto unen fuerzas para impulsar el futuro del baloncesto cordobés

► El acuerdo incorpora la marca Cajasol a la estructura deportiva del club: la entidad pasará a denominarse 'Cajasol Córdoba Baloncesto' y su primer equipo sénior masculino competirá como 'Cajasol Coto Córdoba Baloncesto'

La Fundación Cajasol y el Córdoba Club de Baloncesto han firmado un convenio de colaboración en la sede de la Fundación Cajasol en Córdoba. La rúbrica del acuerdo, suscrito por el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, y el presidente del club cordobés, Rafael Blanco, ha estado seguida de una rueda de prensa en la que ambas entidades han dado a conocer los detalles de esta alianza.

Uno de los aspectos más destacados del acuerdo es la incorporación de la marca Cajasol a la denominación oficial de los equipos y escuelas deportivas del club, reforzando así la visibilidad de esta alianza y el compromiso

conjunto con el crecimiento del baloncesto cordobés. En este sentido, el primer equipo sénior femenino pasará a competir bajo el nombre de Cajasol Córdoba Baloncesto Femenino, mientras que el conjunto sénior masculino lo hará como Cajasol Coto Córdoba Baloncesto.

Este acuerdo nace del compromiso compartido de ambas instituciones con el fomento del deporte como herramienta de desarrollo personal y cohesión social. A través de esta colaboración, la Fundación Cajasol respaldará distintas iniciativas promovidas por el Córdoba Club de Baloncesto dirigidas al deporte base, la promoción de hábitos de vida saludables, la formación de jóvenes deportistas



y la educación en valores como el esfuerzo, el compañerismo, la solidaridad o el trabajo en equipo.

Asimismo, el convenio contempla acciones destinadas a favorecer la inclusión social a través de la práctica deportiva, facilitar el acceso de la comunidad educativa y entidades sociales a la actividad del club y contribuir a la formación de técnicos y profesionales vinculados a la entidad.

Durante la firma, Antonio Pulido destacó la importancia de seguir impulsando proyectos que utilicen el deporte como vehículo de transformación social y de generación de oportunidades para los jóvenes. En esta línea, subrayó la voluntad de la Fundación Cajasol de apoyar iniciativas que contribuyan a la formación integral de las nuevas generaciones y

promuevan valores positivos dentro y fuera de la competición.

Por su parte, Rafael Blanco agradeció la confianza depositada por la Fundación Cajasol y puso en valor el respaldo de una institución comprometida con el desarrollo de Andalucía y con el fortalecimiento de proyectos que trascienden el ámbito estrictamente deportivo para generar un impacto social y educativo en la ciudadanía.

Con este convenio, la Fundación Cajasol reafirma su apuesta por el deporte no profesional como espacio de formación, integración y convivencia, al tiempo que fortalece su presencia en Córdoba mediante el apoyo a una entidad que trabaja por acercar la práctica deportiva a niños, jóvenes y familias de toda la provincia.

La sede de la Fundación Cajasol en Cádiz acoge desde la exposición *Universos Paralelos III*, una nueva edición del proyecto impulsado junto a la Real Academia Provincial de Bellas Artes de Cádiz, consolidada ya como una de las citas más señaladas de la programación estival de la ciudad. La muestra reúne la obra de once artistas de reconocido prestigio vinculados a la provincia de Cádiz y propone al público un recorrido por diferentes lenguajes creativos, que dialogan desde la singularidad de cada trayectoria.

Los artistas participantes en esta tercera edición son Luis Merino, José Antonio Chanivet, Cándida Garbarino, Humberto Ybarra Coello de Portugal, Fermín Villaescusa, Irina Larios, Juan Vicente Gramaje, Alejandro Cuerda, Miguel Ángel Valencia,

Once universos del arte contemporáneo gaditano se citan en la Fundación Cajasol

Jaime Pérez Ramos y David Maldonado. A través de disciplinas como la pintura, la escultura y otras expresiones contemporáneas, cada uno construye un universo propio que, si bien discurre en paralelo al de los demás, comparte una misma vocación de búsqueda,

investigación y libertad creativa.

Al acto de apertura han asistido Mercedes Colombo, delegada de la Junta de Andalucía en Cádiz; Inmaculada Olivero, delegada provincial de Economía, Hacienda, Fondos Europeos e Industria, Energía y Minas de la Junta de Andalucía; Maite González, teniente de alcalde de Cultura; José Manuel Cossi, primer teniente de alcalde de Urbanismo; Pablo Juliá, presidente de la Real Academia Provincial de Bellas Artes de Cádiz; Mar Díez, delegada de la Fundación Cajasol en Cádiz, y Carmen Bustamante, comisaria de la muestra.

Durante su intervención, Mar Díez ha señalado que *Universos Paralelos* se ha convertido en una de las propuestas más significativas de la programación de la entidad en Cádiz, ya que permite seguir generando espacios donde el arte dialogue con la sociedad y donde los creadores encuentren una plataforma desde la que compartir su visión del mundo. Ha puesto también en valor el trabajo de los once autores y la riqueza del panorama artístico gaditano, al recordar que la exposición representa «once maneras de mirar, de sentir y de expresar» que reflejan la diversidad y la fortaleza de la creación contemporánea en la provincia.

La delegada de la entidad en Cádiz ha querido agradecer, asimismo, la colaboración de la Real Academia Provincial de Bellas Artes de Cádiz y el trabajo desarrollado por Carmen Bustamante en la concepción y coordinación de la muestra, pues encarna el compromiso de la institución con la promoción y difusión de la cultura como herramienta de crecimiento colectivo y de fortalecimiento de la identidad de la provincia.

Con esta tercera edición de *Universos Paralelos*, la Fundación Cajasol reafirma su apuesta por la creación artística contemporánea y por la difusión del patrimonio gaditano, al acercar al público propuestas que ponen de manifiesto la creatividad, la sensibilidad y el oficio de los autores de la provincia.

La exposición podrá visitarse en la sede de la Fundación Cajasol en Cádiz hasta el 29 de agosto, de lunes a sábado, de 11.00 a 14.00 h y de 17.00 a 21.00 h. Domingos y festivos permanecerá cerrada.





Abre la puerta a
experiencias
inolvidables

Descúbreonos y reserva en
www.qhotels.es

Hotel Zahara Beach

Hotel Cádiz Bahía

Hotel Tarifa Lances

Hotel El Cortijo de Zahara

Hotel Event Tarifa

Tarifa Suites

Zahara Sol Villas y Apartamentos

Sevilla Este Apartamentos

Aljarafe Suites